

Lena Schurzmann-Leder

KÖRPER, LEISTUNG, SELBSTDARSTELLUNG

Medienaneignung jugendlicher Zuschauerinnen
von *Germany's Next Topmodel*

[transcript]

Edition Medienwissenschaft

Lena Schurzmann-Leder
Körper, Leistung, Selbstdarstellung

Meiner Familie und meinen Mädels. Und allen Ver-rückten.

She's been everybody else's girl maybe one day she'll be her own.
Tori Amos, »Girl«

Lena Schurzmann-Leder, geb. 1980, arbeitet als Texterin und engagiert sich in der EX-IN Genesungsbegleitung in Berlin.

Lena Schurzmann-Leder

Körper, Leistung, Selbstdarstellung

Medienaneignung jugendlicher Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel*

[transcript]

Die diesem Buch zugrunde liegende Arbeit wurde von der Fakultät I, Fachgebiet audiovisuelle Medienwissenschaft der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF in Kooperation mit der Philosophischen Fakultät der Universität Siegen unter dem Titel »Inszenierungen gelungener Selbstführung: Medienaneignung und Schönheitshandeln jugendlicher Zuschauerinnen von Germany's Next Topmodel« im März 2019 als Dissertation angenommen.

Gutachterinnen: Prof. Dr. Claudia Wegener und Prof. Dr. Dagmar Hoffmann

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell. (Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>)

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2021 im transcript Verlag, Bielefeld

© **Lena Schurzmann-Leder**

Umschlaggestaltung: Maria Arndt, Bielefeld

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

Print-ISBN 978-3-8376-5585-8

PDF-ISBN 978-3-8394-5585-2

<https://doi.org/10.14361/9783839455852>

Buchreihen-ISSN: 2569-2240

Buchreihen-eISSN: 2702-8984

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <https://www.transcript-verlag.de>

Unsere aktuelle Vorschau finden Sie unter www.transcript-verlag.de/vorschau-download

Inhalt

Danke	7
1 Einführung	9
1.1 Relevanz der Arbeit	9
1.2 Theoretische Vorannahmen und (Selbst-)Anspruch der Arbeit	11
1.3 Aufbau der Arbeit	17
2 Identitätsarbeit in neoliberalen Gesellschaften: Jugendliche, Geschlecht, Körper und Medien	19
2.1 Subjektivierung in gouvernementalen Machtverhältnissen	22
2.1.1 Die Entwicklung neoliberaler Machtverhältnisse in Michel Foucaults Gouvernementalitätskonzept	23
2.1.2 Subjektivierung, Selbsttechnologien und der Homo Oeconomicus	26
2.1.3 Das Gouvernementalitätskonzept in der Anwendung der Medienforschung	30
2.2 Medienaneignung und Cultural Studies	34
2.3 Jugendliche in diversifizierten Lebenswelten des 21. Jahrhunderts	39
2.3.1 Jugend und Subjektwerdung in kontemporären (Selbst-)Verhältnissen	41
2.3.2 Das Fernsehen in jugendlichen Lebenswelten	44
2.3.3 Medien + Sozialisation = Mediensozialisation? Jugendliche, Geschlecht, Körper und Medien	48
2.4 Synthese: Neoliberale Körper im analogen und digitalen Raum	56
2.5 Zusammenfassung	65
3 Der Forschungsstand zu Reality TV, Castingshows und <i>Germany's Next Topmodel</i>	69
3.1 Reality TV – Perspektiven auf ein populärkulturelles Genre	70
3.2 Castingshows – Ein Subgenre und dessen Facetten	79
3.3 <i>Germany's Next Topmodel</i> – Formales zur Sendung	82
3.4 Empirische Studien zur Aneignung von <i>Germany's Next Topmodel</i>	84
3.5 Zusammenfassung	97

4	Methodik	99
4.1	Qualitative Forschung	102
4.2	Gruppendiskussionen	105
4.3	Der Forschungsprozess	110
4.3.1	Die Planungsphase: Konzeption von Leitfaden und Stichprobe und Vorgehen bei der Rekrutierung	111
4.3.2	Die Erhebungsphase: Fallvorstellung und Ablauf der Gruppendiskussionen	115
4.3.3	Die Auswertungsphase: Datenerfassung, Transkription und Befundung mit der Grounded Theory	121
5	Befunde: Medienaneignung und Schönheitspraktiken in den Erfahrungsbezügen disperser Normenkontexte	129
5.1	Medienaneignung von <i>Germany's Next Topmodel</i> : Weiblich codierte Bilder des Außer-Alltäglichen und Leistungsimperative in unterhaltungs- und orientierungsgeleiteter Aneignung	131
5.1.1	Vertrautheit, Distanzierung und Retrospektion: Allgemeine Erkenntnisse zur Aneignung	133
5.1.2	Sehvergnügen an Bildern des Außergewöhnlichen und Lust an Intimisierung: Die unterhaltungsgeleitete Aneignung	139
5.1.3	Zwischen Leistungsimperativen und Doing Appearance: Die orientierungsgeleitete Aneignung	155
5.1.4	Kritische Perspektiven – Von Kritik mit Vergnügen bis Empathie und Eigensinn	199
5.1.5	Schlussbetrachtungen zu den Befunden zur Medienaneignung	214
5.2	Schönheitshandeln in jugendlichen Lebenswelten: Aussehensbezogene Praxen als Modelle gelungener Selbstführung zwischen Privatheit und Öffentlichkeit	216
5.2.1	Schönheitshandeln als Verkörperung normalisierter Werte in lebensweltlichen Räumen	218
5.2.2	Exkurse: Verschiedene Formen von Schönheitshandlungen, männliche Schönheitspraktiken, Inszenierungen in sozialen Netzwerken und Infragestellungen	260
5.2.3	Schlussbetrachtung zu den Befunden zum Schönheitshandeln	281
6	Resümee und Ausblick	283
6.1	Zusammenfassung der Erkenntnisse der Arbeit	284
6.2	Offene Fragen und Ausblick	291
6.3	Verschiebungen von Normalisierungen – persönliche Reflexionen zu praktischen Folgen aus den Erkenntnissen der Arbeit	306
	Literaturverzeichnis	309
	Abbildungsverzeichnis	345

Danke

Diese Arbeit hat mich ein Jahrzehnt meines Lebens begleitet. So viele Menschen haben Anteil daran, dass ich den langen Atem aufgebracht habe, die Arbeit fertigzustellen und nach all den Jahren immer noch brenne für mein Forschungsthema. Ihr alle habt mich mit Austausch, Interesse, Kritik, Lob durch die Jahre getragen und damit dazu beigetragen, dass diese Arbeit möglich wurde.

Ausdrücklich bedanken möchte ich mich bei meiner Doktormutter Claudia Wegener, dass sie mich ermutigt hat, meine eigenen Ideen zu entwickeln und zu verfolgen und mich mit ihrer positiven und bestärkenden Art all die Jahre begleitet und unterstützt hat. Mein herzlicher Dank geht auch an meine Zweitgutachterin Dagmar Hoffmann für den Austausch, die wertvollen inhaltlichen Hinweise und die Erstellung des Zweitgutachtens. Außerdem danke ich Daniela Schlütz, Prüfungskommissionsvorsitzender meiner Disputation, für ihre herzliche Art bei der Gestaltung der Disputation, die mir sehr geholfen hat.

Weiterhin gilt mein Dank den befragten Mädchen und den MitarbeiterInnen der Jugendzentren. Durch das entgegengebrachte Vertrauen, die Zeit und Mühe, Engagement und Interesse haben sie nicht nur eine außerordentlich große Menge an Daten ermöglicht – mindestens genauso wichtig erwies sich für mich das emotionale Moment. Hier wurde für mich erstmals erkennbar, welche Relevanz das Thema der Arbeit für die Praxis hat.

Mein größter Dank geht an meine Familie und meine Freundinnen, euch ist diese Arbeit gewidmet. Danke für euren tatkräftigen Beistand, für Lektorat, Transkripte durchforsten, inhaltliche Anregungen, an Sätzen feilen, mir Zeit und Raum fürs Arbeiten verschaffen, Kinderbespaßen, Essen kochen, mit mir lachen und weinen. Ohne eure Liebe, eure Ermutigung, euren Glauben an mich, die Arbeit und mein Thema, den inspirierenden Austausch und die rückhaltlose Unterstützung meiner Wege, wohin sie auch führten, wäre die Arbeit nicht das, was sie ist. Ohne euch wäre ich nicht da, wo ich bin.

1 Einführung

Kurz vor der Fertigstellung dieser Arbeit, im Februar 2019, startete eine neue Staffel *Germany's Next Topmodel*. Inzwischen ist es bereits die 14. Seit 2006 läuft die Sendung jährlich im Fernsehen. Sie lässt sich in Relation zu den schnelllebigen Entwicklungen der deutschen Medienlandschaft im Allgemeinen und des Reality TV im Speziellen als »Urgroßmutter« im Genre betrachten. Und dennoch provoziert und polarisiert der Start jeder neuen Staffel die öffentliche Meinung. Die mediale Berichterstattung changiert zwischen Aufregern und Homestories: »Mehr Bumms, mehr Keif, mehr Grunz« (Spiegel Online, 7.2.19¹), »Sie läuft wie ein Bauer«: So fies startete Heidi bei »GNTM« (Berliner Morgenpost, 7.2.19²), »Warum bei GNTM alles gesucht wird – nur keine Models« (Stern.de, 8.2.2019³), »Die packende Geschichte von GNTM-Kandidatin Simone« (t-online.de, 7.2.19⁴), »Beschwerde über Reiseziel: Sind Heidis Girls zu verwöhnt?« (Promiflash, 11.2.2019), »»Diversity«, das It-Piece der Saison« (Süddeutsche Zeitung, 7.2.2019⁵). Hier zeigt sich deutlich: Trotz des vielfach beschworenen Tods des Fernsehens lebt es noch – und mit ihm *Germany's Next Topmodel*.

1.1 Relevanz der Arbeit

Präsent ist *Germany's Next Topmodel* im Mediendiskurs und das nicht nur zu Beginn und während der laufenden Staffel. Der Tenor des Diskurses ist überwiegend negativ. Es scheint zum guten Ton und Common Sense zu gehören, sich von der Sendung abzugrenzen. Kritisiert wird *Germany's Next Topmodel* bspw. für sexualisierte Inszenierungen

- 1 <https://www.spiegel.de/kultur/tv/germany-s-next-topmodel-mit-heidi-klum-so-war-der-gntm-staffelstart-a-1252145.html>, Stand 12.2.2019.
- 2 <https://www.morgenpost.de/vermischtes/article216389313/GNTM-2019-Heidi-Klum-mit-fieser-Laester-Attacke-Sie-laeuft-wie-ein-Bauer.html>, Stand 12.2.2019.
- 3 <https://www.stern.de/kultur/tv/germanys-next-topmodel/geht-es-heidi-klum-bei-gntm-ueberhaupt-noch-ums-modeln--8571106.html>, Stand 12.2.2019.
- 4 https://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id_85216674/germany-s-next-topmodel-2019-simone-ich-habe-mich-kaputt-trainiert-.html, Stand 12.2.2019.
- 5 <https://www.sueddeutsche.de%2Fmedien%2Fgntm-germanys-next-topmodel-diversity-1.4320285&usg=AOvVaw1s7xW89l37Hpwt5WLtenGe>, Stand 12.2.2019.

zu dünner Kandidatinnen, den abschätzigen Umgang der Jury mit den jugendlichen Teilnehmerinnen der Sendung oder das Leistungsdictat. Daran anschließend werden häufig gravierende Einflüsse auf die Lebenswirklichkeiten der RezipientInnen unterstellt.

Hier ist jedoch eine gesunde Skepsis berechtigt. Nicht etwa, weil diese Problematisierungen nicht angebracht oder nicht zutreffend wären. Natürlich ist die Kritik selbst legitim. Aber nahezu alle diese Urteile und Verurteilungen dethematisieren, dass die kritisierten Erscheinungen *gesellschaftlicher Normalität* entsprechen. Das soll keinesfalls eine Rechtfertigung darstellen für eine unkritische Perspektive auf Medientexte. Medien können, mit Foucault gesprochen, machtvoll Agenzien darstellen, denn Inszenierungen erreichen eine Vielzahl von Menschen. Dennoch ist vermessen zu vernachlässigen, dass dieses präsentierte Wissen zum einen von Menschen produziert wird, die ihrerseits aus gesellschaftlichen Strukturen heraus bestimmtes Wissen mitbringen. Dies zeigt sich in der aktuellen Situation besonders deutlich anhand der Sozialen Medien, im Rahmen derer Nutzende gleichzeitig potenzielle ProduzentInnen sind. Zum anderen bedarf das von Medien präsentierte Wissen einer Anschlussfähigkeit, um bei den Rezipierenden überhaupt auf »fruchtbaren Boden« zu fallen, also zu resonieren (vgl. u. a. Thomas 2007, Röser et al. 2010). Und schließlich sind die Medienhandelnden in Form des Aneignungsprozesses inter- und intrasubjekthaft ebenso daran beteiligt, was mit dem rezipierten Wissen geschieht. Jede andere Perspektive unterstellt RezipientInnen eine Passivität und Manipulierbarkeit, die Subjekte »klein macht« und die deren empirisch nachgewiesener Aktivität und Deutungsleistung sowie der Relevanz der Lebenswirklichkeiten außerhalb der Medien nicht gerecht wird.

Ein Großteil der (empirischen) Forschungen basiert dennoch auf solcher Art Grundannahmen, die insofern problematisch sind, als dass sie meist nicht thematisiert werden und insofern unhinterfragt bleiben. Insbesondere bei Studien zu weiblichen aussehensbezogenen Inszenierungen zeigt sich ein im- oder explizites Wirkungsmodell, das im Sinne der Kultivierungsthese funktioniert. Die dargestellten stereotypen Ideale prägen demnach durch ihre (Über-)Repräsentation aussehensbezogene Normen der RezipientInnen, was zu Defizitempfinden führt. Unterstellt wird damit eine »Rolle der Medienakteure, die die Wahrnehmung und Bewertung der eigenen Körperlichkeit und die anderer Körper im Sinne einer Kultivierung eines Körperideals beeinflussen« (Hoffmann 2010: 13).

Lässt man die beschriebenen Aufgeregtheiten im Mediendiskurs außen vor, bleibt die spannende Frage: Was ist es in den Medientexten, das bei den aneignenden Subjekten resoniert? Und: Was bringen die aneignenden Subjekte aus sozial geteilten Relevanzsystemen, Wissensordnungen, Sinnhorizonten mit, das nicht im Medientext aufgeht? Eben hier setzt diese Arbeit an: Mit Brosius et al. (2012) ist Aufgabe der Wissenschaft, als Teil der Gesellschaft auf den Plan zu treten, um soziale Phänomene zu untersuchen. Indem sie diese in wissenschaftliche Fragestellungen überführt, will und muss sie sich absetzen vom gesellschaftlichen Diskurs, der »i.d.R. Einzelfälle herausgreift, mit privaten Ansichten verquickt sowie politische und wirtschaftliche Opportunitäten je nach Standpunkt in die Argumentation einbaut« (ebd.: 11). Dementsprechend ist das Ziel dieser Arbeit, den Diskurs zu Medienaneignung und den Forschungsstand zum komplexen Zusammenspiel von Medien, Gesellschaft und Subjekten zu erweitern. Das

Forschungsthema und entsprechend auch die Empirie sind dabei nicht auf den Medientext ausgerichtet, sondern auf die Subjektseite: Im Zentrum dieser Arbeit steht die Medienaneignung jugendlicher Mädchen. Untersucht wird diese anhand der Sendung *Germany's Next Topmodel* mit dem Fokus auf gesellschaftlichen Normalisierungen im Bereich der aussehensgebundenen Selbsthervorbringung. Jugendliche, Medien sowie deren Aneignung werden als gesellschaftlich gerahmt verstanden. Daher werden auch lebensweltlich-alltägliche Normalisierungen in ihren Zusammenhängen mit Identität und (Medien-)Sozialisation Jugendlicher – vor allem das Körperliche betreffend – in die Untersuchung einbezogen.

1.2 Theoretische Vorannahmen und (Selbst-)Anspruch der Arbeit

Berührt werden bei dieser Auseinandersetzung eine Vielfalt von Themen: Das Fernsehen, das Jugendalter, das Aussehen, das Geschlecht, Identität, Vergesellschaftung, Anrufungen und Einschreibungen, Normalitäten, Medienaneignung und -sozialisation. Zur theoretischen Verortung der Fragestellung fungiert Foucaults Gouvernementalitätstheorie (vgl. Foucault 2014a, Foucault 2014b), mit der sich ein Großteil dieser Bereiche in einer Schnittmenge konzeptualisieren lässt. Im Mittelpunkt dieses Ansatzes stehen die Geflechte aus Regierung, Subjektivierung, Normalisierungen, Ökonomie in der zeitgenössischen Gesellschaft, die sich verdichten in der Vorstellung einer neoliberal geprägten Selbstführung. Diese Konzeptualisierungen stellen einige der innovativsten und fruchtbarsten Momente im Foucaultschen Spätwerk dar, zentrales Konstrukt der Governmentality Studies und relevante Referenz für Arbeiten, in denen zeitgenössische Transformationen als neoliberale Gegenwartsphänomene analysiert werden. Rezente Problemfelder werden als programmatische Blaupause verfolgt, anhand derer sich die Ausprägungen von spezifischen Rationalitäten in ihrer konkreten Praxis empirisch durchleuchten lassen. Selbstführung bzw. Technologien des Selbst lassen sich in Analysen, in denen kontemporäre Subjektivierungsformen untersucht werden, verstehen als Reproduktionen internalisierter Normalisierungen. Im Kontext mit Konzepten zu Identitätskonstruktionen lässt sich somit verstehen, wie stark Handlungsspielräume in der Gegenwartsgesellschaft normativ-internalisiert sind: Spezifisch für die kontemporären Subjekte ist eine Verinnerlichung vormals äußerlicher Fremdzwänge und damit einhergehend die Normalisierung und Essentialisierung dieser als scheinbar subjektiv-individuell gewählte, freiwillige Modi und Rationalitäten. Anrufungen werden internalisiert als verinnerlichte Normen und resultieren in zunehmender Selbstüberwachung, Selbstdisziplinierung, Selbstkontrolle gepaart mit einem »Machbarkeitsimperativ«, in Praxen in Normalitätsfeldern resignifiziert, die darüber wiederum Normalitäten herstellen.

Vor diesem Hintergrund wird evident, warum dem Äußeren in der Gegenwartsgesellschaft eine so zentrale Rolle zukommt: Das Aussehen stellt ein bedeutsames Mittel der Selbstführung dar, da es als sichtbargewordene Subjektivierungsleistung fungiert. Um diesem komplexen Bereich im Radius von Aussehen, Körper, Schönheit gerecht zu werden und ihn für diese Arbeit analysier- und operationalisierbar zu machen, bietet sich das Konzept des Schönheitshandelns (vgl. Degele 2004) an. Den Begriff »Schön-

heit« sucht diese Arbeit bewusst zu vermeiden⁶: Der Begriff wird selbst in der Wissenschaft häufig (unreflektiert) angewendet als selbstverständlicher Verweis auf fraglos Gegebenes (vgl. ebd.), als »eigener, geradezu ontologischer Wert« (Villa 2008a: 13). So impliziert der Rekurs darauf i.d.R., dass es eine objektive Schönheit als Ideal oder Maßstab gäbe. Darüber hinaus ist der Begriff Schönheit eigentlich nicht präzise, wie aktuelle Diskurse um aussehensbezogene Erscheinungen zeigen (vgl. u. a. Degele 2004, Gugutzer 2006, Villa 2008a, McRobbie 2010) und wird vereinfachend und – insbesondere in der kontemporären Gesellschaft – inflationär gebraucht für ein ungemein komplexes Phänomen. In einigen Forschungsfeldern haben sich als Alternativen Wortgebilde mit dem Präfix »Körper-« etabliert (Körpertechnologien, Körpermanagement, Körperinszenierungen, Körperarbeit). Aber auch das ist für die Zwecke dieser Arbeit kein zutreffender, da unpräziser Terminus. Denn genau genommen ließe sich damit unterstellen, es würde nur um Merkmale gehen, die physiologische Aspekte betreffen. Vestimentäre Praktiken bspw. sind bei einer »kleinlichen« Auslegung des Begriffs nicht abgedeckt. In Ermangelung vorhandener Alternativen werden in dieser Arbeit – leider etwas gestelzt und ungebräuchlich – Begrifflichkeiten wie »Aussehen« und »Äußeres« verwendet. Damit verbunden sind Versuch und Hoffnung, zu sensibilisieren für die Komplexität, Diffigilität, aber auch die inhärenten, meist unreflektierten Normalisierungen und damit Naturalisierungen und Essentialisierungen, durch die dieses Feld gekennzeichnet ist. Das Konzept des Schönheitshandelns betont außerdem das »doing«, dass es also eines aktiven Herstellungsprozesses bedarf, der das Äußere im Hinblick auf spezifische Maßstäbe markiert.

Ein wichtiges Thema im Spannungsfeld von Subjektivierung und Äußerem ist die Bedeutung von Geschlecht. Auch für diese Arbeit, die Medienaneignung und Schönheitshandeln von Mädchen untersucht, ist das Thema natürlich relevant. Eine umfassende Darstellung des Diskurses der Geschlechterforschung ist jedoch nicht Teil dieser Arbeit. Der Teil des Forschungsstands, der von Bedeutung für die Themen dieser Arbeit ist, wird im Rahmen der jeweiligen Kapitel ausgeführt. Dennoch ist es Anspruch dieser Arbeit, die Möglichkeit bzw. Gefahr im Auge zu behalten, durch Darstellungen Geschlechterdifferenzen zu naturalisieren – Studien zu Körper, aussehensbezogenen Inszenierungen u. ä., die genderbewusst Praxen und deren diskursive Rahmungen vor dem Hintergrund vergeschlechtlichter Ordnungen untersuchen, ohne dabei zu naturalisieren, sind dringend notwendig. Dennoch bringt auch eine vollständige Dekonstruktion und Diskursivierung von Geschlecht und Körper die Gefahr mit sich, deren alltagsweltliche, konkrete Erfahrungen und materiale Basis zu vernachlässigen (vgl. Macha/Fahrenwald 2003). Einen möglichen Weg zeigt Degele (2004) in ihrer Untersuchung zum Schönheitshandeln auf, dessen Umsetzung sich auch diese Arbeit verpflichtet fühlt. Degele schlägt, »[u]m (Geschlechter-)Reifizierung zu vermeiden und dennoch »Handlungsfähigkeit« im Sinne empirischer Forschungspraxis zu ermöglichen« (ebd.: 61), ein Vorgehen vor, das »Geschlechterdifferenzen gleichzeitig ernst nimmt und problematisiert« (ebd.), indem Strategien der Relationierung und Prozessualisierung berücksichtigt werden: Die relationierende Perspektive beinhaltet die kritische Reflexion

6 Mit Ausnahme des Ausdrucks »Schönheitshandeln«, der als Neologismus von Nina Degele geprägt inzwischen als Fachausdruck etabliert ist (vgl. Degele 2004).

der verwendeten Begriffe und Kategorien, was impliziert, diese »auf normative Vorannahmen [zu] überprüfen« (ebd.: 62). Das prozessualisierende Vorgehen bedeutet, die verwendeten Begriffe und Kategorien »unter Konstruktionsvorbehalt« (ebd.) zu stellen und sie als Prozesse zu begreifen.

Teil des Diskurses ist die Verwendung geschlechterbewusster Sprache. »Die Sprache ist eines unserer wichtigsten Kommunikationsmedien und zugleich auch Bewusstseinsträgerin. Sie spiegelt Realität nicht nur wider, sondern sie konstruiert gesellschaftliche Wirklichkeit«, konstatiert die Projektgruppe Genderportal der Universität Bielefeld⁷. Sprache ist ein machtvoll Instrument, das Gleichbehandlung, Marginalisierungen oder Diskriminierungen transportieren kann. Zutreffend ist hier Wittgensteins Satz »Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt«. Aus diesem Bewusstsein heraus entwickelt(e) sich die öffentliche Debatte zur geschlechterbewussten Sprache und Schreibweise, aus der diverse Vorschläge zur Umsetzung und Anwendung in der Kommunikation hervorgegangen sind. Dadurch wurde (zumindest) erreicht, für zweigeschlechtliche Ordnung, marginalisierte weibliche Subjektpositionen oder Diskriminierung zu sensibilisieren. Diese Arbeit hat den Selbstanspruch, der geschlechtersensiblen Sprache gerecht zu werden, ja diese darüber hinaus ostentativ zur Anwendung zu bringen, um ein Bewusstsein für die Zusammenhänge von Kommunikation und Wirklichkeitskonstruktion zu schaffen. In dieser Arbeit wird daher das Binnen-I benutzt – um bei der »Bezeichnungen von Personengruppen kenntlich [zu] machen, dass sowohl die weibliche als auch die männliche Form gemeint ist, ohne beide Genera ausschreiben zu müssen oder das generische Maskulinum zu verwenden« (Wikipedia⁸) – sowie weitere geschlechtersensible Formulierungen beachtet, bspw. Kongruenz, Vermeidung von sexistischen bzw. abwertenden Ausdrücken, explizite Nennung von Frauen oder Neutralisierung des Geschlechts (vgl. Grundregeln der Projektgruppe Genderportal der Universität Bielefeld⁹).

Äquivalente Themen berührt letzten Endes auch die oben beschriebene Auseinandersetzung mit dem Begriff »Schönheit« und sprachlichen Repräsentationen in dessen Umfeld, die an dieser Stelle noch einmal aufgegriffen werden sollen, um auf die Normativität der Attribute, die den Körper betreffen, aufmerksam zu machen¹⁰. In dieser Arbeit berühren diese Überlegungen das, was umgangssprachlich die »Figur« genannt wird. Besonders evident wird das normative Potenzial von Worten und wie sehr Sprache Denkweisen und Verhältnisse prägt und durch diese geprägt wird, anhand des Begriffes »schlank«: Vom Duden definiert als »wohlproportioniert groß und zugleich schmal gewachsen, geformt«¹¹, wird deutlich, wie positiv konnotiert das Adjektiv ist und wie stark gesellschaftliche Zuschreibungen und Wertungen damit verknüpft sind.

7 Vgl. https://www.uni-bielefeld.de/gendertexte/geschlechtersensible_sprache.html, Stand 15.2.2019.

8 <https://de.wikipedia.org/wiki/Binnen-I>, Stand 15.2.2019.

9 Vgl. https://www.uni-bielefeld.de/gendertexte/geschlechtersensible_sprache.html, Stand 15.2.2019.

10 Ein ähnlich problematisches Verhältnis sprachlicher Repräsentationen, die deutliche Stigmatisierungen und Ausgrenzungen transportieren, lässt sich auch für andere Bereiche, bspw. im Umgang mit Behinderung oder im kulturell-ethnischen Bereich, feststellen.

11 <https://www.duden.de/rechtschreibung/schlank#Bedeutung1>, Stand 15.2.2019.

Denn auf der anderen Seite des Spektrums gibt es mit Adjektiven wie »dick«, »fett«, »füllig«, »massig«, »stark« kein ähnlich positiv konnotiertes Äquivalent. Diese Arbeit grenzt sich bewusst ab von der Verwendung des Wortes »schlank« und benutzt stattdessen die Begriffe »dick« und »dünn« im dezidierten Versuch, (Ab-)Wertungen zu umgehen. Das Adjektiv »dick«¹² referenziert dabei auf einen Terminus aus der Bewegung des Fat Empowerment bzw. Fat Acceptance, deren AktivistInnen die Worte »dick« und »fett« als Selbstbezeichnungen benutzen, die sie auch im Sinne politischer Begriffe verwenden wissen wollen¹³. In diesem Kontext zeigen sich die Möglichkeiten von »basisdemokratischen«, subversiven Aneignungen und Ermächtigungen (vgl. Kapitel 6): Indem AktivistInnen die Termini positiv besetzt verwenden, haben diese zumindest partiell eine »semantische Umdeutung« erfahren (Gesing 2007: 213)¹⁴. Im deutschsprachigen wissenschaftlichen Diskurs gibt es außerhalb der Geschlechterforschungen weder gebräuchlichen Termini noch eine andere Form des sprachlichen Umgangs, die ein Zeichen setzt, dass der/die AutorIn sich von gesellschaftlichen Zuschreibungsprozessen das Gewicht betreffend distanziert. Es ist bezeichnend, dass in diesem Bereich Stigmatisierungen durch die Sprache nach wie vor normalisiert akzeptiert sind, dethematisiert und/oder nicht reflektiert werden. Daher ist die Feststellung der Bloggerin Magda Albrecht »Mein Fett ist politisch« hochaktuell¹⁵.

Medientexte werden in dieser Arbeit nicht empirisch untersucht, da der Fokus, wie oben ausgeführt, ein rezeptionsorientierter ist. Referenzen auf den Medientext finden sich dennoch in der Interpretation der Daten. Denn natürlich sind Kenntnisse des Medientextes und der Vorzugslesart von Bedeutung, um die Aneignung adäquat verstehen zu können (vgl. Kapitel 2.2). Da die Fragestellung dieser Arbeit den Fokus auf die rezipierenden Subjekte legt, wird die Fernsehsendung »nur« als mediale Rahmung konzeptualisiert und theoretisiert. Die Referenzen auf den Medientext basieren auf der Literaturlage/dem Forschungskanon sowie der Rezeption der Verfasserin. Eine besondere Rolle spielen dabei die spezifischen neoliberalen Anrufungen an Leistungssubjekte in Castingshows im Allgemeinen und *Germany's Next Topmodel* im Speziellen. Beispielhaft für diese Wissensordnungen lassen sich die folgenden Aussagen der Jury und der Kandidatinnen lesen, die aus den Folgen im Jahr 2015 stammen, aber ebenso gut in jeder anderen Staffel hätten vorkommen können.

12 Auf die Verwendung des Wortes »fett« wird in dieser Arbeit verzichtet. Der Ansatz der Fat-, Body-, Size Acceptance-Bewegung, den Begriff »fett« umzuwerten, ist in Deutschland noch nicht verbreitet, so dass Missverständnisse und Fehlinterpretationen beim Lesen dieser Arbeit wahrscheinlich wären. Außerdem besteht die Gefahr einer Interpretation von Unwissenschaftlichkeit, da die Bezeichnung im wissenschaftlichen Diskurs nicht gängig ist.

13 Vgl. dazu bspw. www.fettcast.org/about/oder https://maedchenmannschaft.net, Stand 15.2.2019.

14 Daraus entstand die Fat Pride Bewegung. Inzwischen gibt es sogar eine eigene Forschungsrichtung, die »Fat Studies«, die dezidiert nichtnormativ die Diskurse um hohes Körpergewicht untersuchen (vgl. bspw. Rothblum/Solovay 2009, Rose/Schorb 2017). In den USA werden die Fat Studies an einigen Universitäten als Studienfach angeboten. Durch den Hashtag #LoseHateNotWeight gelangte die Bewegung teilweise auch in den Fokus der breiteren Öffentlichkeit. In Deutschland ist diese gesellschaftspolitische Initiative noch nicht angekommen bzw. bildet sich anders ab. Paradigmatisch zeigt sich dies in den Aktivitäten des Vereins mit dem sperrigen Namen »Gesellschaft gegen Gewichtsdiskriminierung«.

15 Vgl. <https://magda-albrecht.de/>, Stand 15.2.2019.

Jury:

- Die Mädchen müssen immer funktionieren.
- Aussehen ist nicht alles – am Ende des Tages musst du performen können.
- Ihr seid für euer Glück alle selbst verantwortlich.
- Wunderschönes Gesicht ist nicht alles. Was zählt, ist die Technik.

Kandidatinnen:

- Man kann nicht immer jedem gefallen. Aber man muss es wenigstens versuchen. Man muss wenigstens alles geben.
- Ich habe mein Bestes gegeben. Und wenn das nicht reicht, hat es eine andere verdient.

Für die Betrachtung der sozialen Konstruktionsprozesse der Subjekte mit Medien stellen in dieser Arbeit die Konzepte von Medienaneignung und Cultural Studies den theoretischen Hintergrund.

Um generalisierende Aussagen über somatische Selbstführung, Schönheitshandeln, Medienaneignung treffen zu können, ist es mit Grundgedanken der Cultural Studies aufschlussreich, dass sich »Kultur« im weiteren und damit Subjektivierung im engeren Sinne in Alltagspraxen und deren argumentativen Rahmungen, Thematisierungen und Positionierungen manifestiert. Bedeutung erlangen Medien mit dem Konzept von Cultural Studies und Medienaneignung vor allem dort, wo sie resonieren und Bezüge herstellen bei den RezipientInnen. Im Rahmen der Aneignungsprozesse werden bei den Rezipierenden vorhandene Frames, Diskurse, Normierungen ge-/verstärkt, erweitert oder auch in Frage gestellt. Möglich sind ebenfalls eigensinnige, kreative Deutungen, die nicht durch den Medientext konstituiert werden. Diese Ansätze in Verbindung mit dem Gouvernamentalitätskonzept bieten die Stärke, dass sich Medientexte sowie Rationalitäten und Modi aus dem Alltag der eigenen Lebenswelten der Subjekte als »miteinander verwobene Formen der Produktion geteilten Sinns« (Thomas 2007a: 232) betrachten lassen statt als »unabhängige Sphären der Bedeutungsproduktion« (vgl. ebd.).

In einer Zusammenführung von gesellschaftlich-hegemoniale Rahmungen – bzw. die Internalisierung derer in Form der Selbstführung – in den Blick nehmendem Gouvernamentalitätskonzept und eher konstruktivistisch Positionierungen und Praxen der Subjekte fokussierende Konzepte von Cultural Studies und Medienaneignung können Medien durchaus »zwingende Konstitutionsrahmen« (Alkemeyer/Villa 2010: 318) sein; aber nur insofern als sie gesellschaftlich(-dominante) vorhandene Anrufungen und Normalisierungen aufnehmen und abbilden, häufig in konzentrierter und übersteigerter Form. Aber gerade und erst dadurch, dass sie Reproduzenten strukturell vorhandener Normalisierungen darstellen, entfalten sie Wirkungsmacht. Andererseits konstituiert die Rezeption nicht zwangsläufig die Art der Wirkungsmacht auf Subjekte. So lässt sich mit der Kombination der theoretischen Ausgangspunkte die für den Fokus dieser Arbeit relevante Triade von Subjektseite, Medientext und gesellschaftlicher Ebene sowie deren Verflechtungen nachzeichnen. Im Zusammen-

spiel können, so das Ziel dieser Arbeit, virulente Diskurse in ihrer Komplexität und Nuanciertheit offengelegt werden: Es lässt sich Aneignung des Medientextes erfassen, Einblicke in die kontemporären Lebenswelten der Jugendlichen erzielen, wie auch darüber vermittelt virulente gesellschaftliche Normalisierungen, Wissensordnungen, Sinnhorizonte herausarbeiten.

Medienaneignung weder romantisierend noch bagatellisierend soll es mit der Empirie also darum gehen zu erschließen, welche Normalisierungen die ZuschauerInnen in den Medien thematisieren und wie sie diese wahrnehmen, d. h. sich dazu positionieren. Darüber hinaus bieten die qualitativen Methoden das Potenzial, Aushandlungen ebenso wie nicht vorhandene Aushandlungen zu identifizieren, die nicht im Medientext aufgehen. Denn daraus lassen sich, so die Annahme dieser Arbeit, aussagekräftige Rückschlüsse auf Lebensthemen, Relevanzsysteme, Erfahrungen in eigenen Lebenswelten ziehen. Insofern »degradiert« weder die abnehmende Relevanz des Fernsehens noch der frühe erste Zeitpunkt der Erhebung die Forschung dieser Arbeit. Sie werten sie im Gegenteil sogar auf: Ausgehend von den beschriebenen Zusammenhängen zwischen Medium, Subjekt und Gesellschaft werden Medien im ursprünglichen Sinne des Wortes als Mittler verstanden, so dass im Kontext dieser Arbeit weniger die Spezifika des Mediums selbst zählen, sondern vielmehr, dass diese über ihre Texte (Re-)Produzenten spezifischer Diskurse sind. Dieser Annahme inhärent ist der Gedanke, dass gesellschaftliche Entwicklungen mit Entwicklungen der Medien und ihren Texten im Zusammenhang stehen, sich gegenseitig beeinflussen und sich im Zusammenspiel dieser Verquickung auch die Diskurse ändern. Da gesellschaftlich-strukturelle Norm(alis)ierungen im historischen Verlauf eine große Stabilität besitzen, stellt ein Jahrzehnt eine interessante Untersuchungsperiode dar, um zu prüfen, inwieweit sich Diskurse und Einschreibungen ändern.

Die Erhebung fand zu zwei Zeitpunkten im Abstand von sechs Jahren – 2011 und 2017 – mit insgesamt 104 Jugendlichen statt. Zwar wird aufgrund der Heterogenität der Entwicklungsverläufe und damit einhergehend der Schwierigkeit, einen eindeutigen Rahmen der Lebensphase Jugend festzulegen, in der Literatur vereinzelt in Frage gestellt, ob man überhaupt von »der Jugend« sprechen könne. Generell wird problematisiert, ob die gebräuchlichen Kriterien zur Bestimmung der einzelnen Lebensphasen in der westlichen Gesellschaft zu Beginn des 21. Jahrhunderts noch adäquat sind. In dieser Arbeit wird die Ansicht vertreten, dass Definitionen der Lebensphase(n) keine universelle Gültigkeit beanspruchen können, sondern immer neue Anpassungen erfordern. Damit ist aber nicht gleichzusetzen, dass das Konstrukt verschiedener übergreifender Entwicklungsphasen in der Lebensspanne keine Berechtigung hat. Die Befragung von Jugendlichen für den Schwerpunkt dieser Arbeit macht insofern Sinn, da in diesem Alter Identitätsarbeit, Subjektwerdung und die Suche nach Orientierung und Vorbildern besonders ausgeprägt sind, i.d.R. in besonderer (emotionaler) Intensität stattfinden und entsprechend konzentriert-intensivierte Ausprägungen von Wissensordnungen in den Einschreibungen jugendlicher Mädchen erwarten lassen.

Der Anspruch dieser Arbeit ist dabei, die Untersuchten selbst ins Zentrum zu stellen. Als Methodik für die Empirie wird daher eine qualitative gewählt, sowohl für die Erhebung als auch für die Auswertung. Für die Datenerhebung ist die Gruppendiskussion die Methode der Wahl: Da die Fragestellung der Arbeit sich nicht auf individuelle, son-

dern gesellschaftlich geteilte Deutungsrahmen bezieht und zudem stark internalisierte, ideologisch behaftete Bereiche berührt, bietet die Entstehung von Selbstreferenzialität die Möglichkeit, Relevanzstrukturen, aber genauso Auslassungen und Leerstellen und darüber Selbstverständlichkeiten und Normalisierungen zu erfassen. Die der Grounded Theory inhärenten Stärken können sich insbesondere bei explorativem Vorgehen und qualitativen Daten, wie im Falle dieser Arbeit, entfalten, da dabei das Herausarbeiten der Sinnhorizonte der Befragten von den Daten selbst vorgegeben wird: Durch das zyklisch-rekursive Vorgehen des permanenten Vergleichs wird das Material selbst aufgebrochen, und die Befunde kristallisieren sich im besten Fall quasi aus sich selbst und von selbst heraus. Der Grounded Theory als Auswertungsmethode inhärent ist das besondere Potenzial, der Menge an Daten, aber auch der Qualität dieser Daten gerecht zu werden. Letzteres meint, dass damit weniger die Gefahr besteht, die Relevanzsysteme, Sinnstrukturen, Wissenshorizonte der Befragten, die das besondere Potenzial qualitativer Erhebungen ausmachen, zu »verwässern« durch eigene Codes, Kategorien o. ä. der Forschenden.

1.3 Aufbau der Arbeit

So sehr verquickt die beschriebenen Facetten des Schwerpunktes dieser Arbeit sind, ist es doch notwendig, analytisch zu systematisieren, um Darstellbarkeit zu ermöglichen.

Die Arbeit ist unterteilt in sechs Kapitel. In Kapitel 2 wird die theoretische Verortung der Fragestellung dargestellt. Bezüglich der beschriebenen Triade Subjekt – Gesellschaft – Medien stehen im Fokus dieses Kapitels Gesellschaft und Subjekt: Hier wird Foucaults gouvernementalitätstheoretische Machtkonzeption vorgestellt und zugespitzt auf die subjektbezogenen Aspekte in Form von Ausführungen zum Homo Oeconomicus, zu Selbsttechniken und zu Körpern/Aussehen. Einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand und die Möglichkeiten, die das Gouvernementalitätskonzept im Transfer auf rezente Forschungsfelder bietet, sowie einen Ausblick auf die Potenziale des Konzepts im Hinblick auf Medien und deren Aneignung gibt die Zusammenfassung der Studien zur Gouvernementalitätstheorie in der Medienforschung. Daran schließt sich die Darstellung der Perspektivierungen zu Medienaneignung und Cultural Studies an. Die darauf folgenden rezenten Konzeptualisierungen von Identität mit Fokus auf der Entwicklungsphase Jugend sind eingebettet in die Darstellung der spezifischen Verhältnisse der Gegenwartsgesellschaft, bedingt durch die Transformationen der letzten ca. 50 Jahre. Mediensozialisation, die Nutzung von Fernsehen durch Jugendliche unter dem »Dach« der Identitätsentwicklung und mit dem speziellen Fokus auf Aussehen und Geschlecht spitzen die Darstellungen auf die Fragestellung dieser Arbeit zu.

Kapitel 3 behandelt die Medienseite. Dort erfolgt eine theoretische Einführung und eine Darstellung des aktuellen Forschungsstands zu Reality TV, Castingshows und *Germany's Next Topmodel*. Ein Überblick zum Diskurs zu Reality TV ermöglicht ein genaueres Verständnis des komplexen Genres. Perspektiven auf Castingshows und *Germany's Next Topmodel* sowie die Darstellung empirischer Studien zur Aneignung der Sen-

dung liefern die Konturierung, die ein Verständnis für die Originalität des Forschungsschwerpunktes dieser Arbeit ermöglicht.

In Kapitel 4 wird die Methodik dieser Arbeit beschrieben: die theoretischen Grundlagen, sowie das Vorgehen in der empirischen Praxis bei Planung, Erhebung und Auswertung. In Kapitel 5 schließt die Darstellung der Auswertungsergebnisse des empirischen Teils dieser Arbeit an. Kapitel 6 liefert zum Abschluss ein Resümee der Arbeit in Form einer komprimierten Darstellung sowie die Diskussion der Erkenntnisse und offene Fragen. Das Kapitel und damit die Arbeit schließen mit einer persönlichen Reflexion.

2 Identitätsarbeit in neoliberalen Gesellschaften: Jugendliche, Geschlecht, Körper und Medien

Diese Arbeit untersucht die Medienaneignung Jugendlicher. Medientexte und Subjekte werden dabei als eingebettet in gesellschaftliche Zusammenhänge begriffen und unter der Prämisse, dass ein Netz komplexer Wechselwirkung zwischen ihnen besteht. Das Thema der Arbeit befindet sich damit an einer Schnittstelle vielfältiger theoretischer Zugänge. Die zentrale Konzeptualisierung stellt Michel Foucaults Gouvernementalitätstheorie dar. Für die medienwissenschaftliche Seite stehen das Konzept zur Medienaneignung und die Cultural Studies. In der Zuspitzung auf den Forschungsfokus werden sie ergänzt durch die Governmentality Studies, Ausführungen zu postmodernen Identitätstheorien und zur Jugend- und Geschlechterforschung sowie durch Konzepte zum Schönheitshandeln und zur (Medien-)Sozialisation.

Im Fokus des Foucaultschen Gouvernementalitätskonzepts (Foucault 2014a, Foucault 2014b), das Mittelpunkt von Kapitel 2.1 ist, stehen die Geflechte aus Machtbeziehungen, Normalisierungen, Fremd- und Selbstführung in der neoliberal-konkurrenzialen Gesellschaft. Foucaults Analysen zur Gesellschaft und der Konstitution von Subjekten lassen sich exemplarisch lesen für zeitgenössische Ansätze, die Menschen als freigesetzt, selbstformend in und mit sozialen Machtprozessen betrachten. Für den Gegenstand dieser Arbeit bietet dieser Ansatz Potenzial, die Aneignung medialer Darstellungen als sowie mit Wissensordnungen weiblicher Körperpraktiken im Rahmen sozialer Strukturen des Alltagshandelns zu verknüpfen. In Kapitel 2.1.1 werden Foucaults Thesen zur Gouvernementalität dargestellt. Der Fokus liegt dabei auf Foucaults Ausführungen zur Subjektwerdung durch Selbstführung, um daraus in Kapitel 2.1.2 Konzeptualisierungen des rezenten Subjekts und dessen Identitätsarbeit als »Homo oeconomicus« (Foucault 2014b: 368) abzuleiten.¹

Medien allerdings werden von Foucault kaum angesprochen in seinen Schriften. In der Rezeption der Foucaultschen Theorien spielen Medien eine Rolle bspw. im Rahmen

1 Im Rückblick auf Foucaults Konzeption wird eine erstaunliche prospektive Vorwegnahme der Verhältnisse sichtbar, und es ist auffallend, welche Aktualität Foucaults Aussagen auch heute noch haben

der Diskursforschung. Unterrepräsentiert bleibt Medienforschung dagegen gouvernementalitätstheoretisch verortet in der Medien-/Kommunikationswissenschaft sowie als Forschungsthema in der Anwendung der Governmentality Studies. In Kapitel 2.1.3 werden in einem Überblick die Ansätze, unter denen das Gouvernementalitätskonzept in der Wissenschaft für die Konturierung von Medien(-rezeption) nutzbar gemacht wird, dargestellt. Die Verortung der Medien vor dem theoretischen Hintergrund der Governmentality Studies ermöglicht Perspektivierungen mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen, wobei das Thema Macht immer zentrale Folie ist.

Die »Macht« von Medien, im Sinne von Einfluss und Wirkungen, ist ein kontrovers diskutiertes Thema in der Öffentlichkeit. In der Wissenschaft wird die Debatte besonders hitzig geführt in Bereichen, in denen es um die Bildung und Erziehung von Kindern und Jugendlichen geht, wie der Pädagogik, Erziehungswissenschaft und Psychologie, der Medien-/Kommunikationswissenschaft und weiteren sozialwissenschaftlichen Disziplinen. Die häufigste Herangehensweise zur Beforschung ist, Medientexte medien-/inhaltsanalytisch zu erfassen und untersuchen. Daraus werden Rückschlüsse auf die Auswirkungen auf die RezipientInnen-Seite abgeleitet. Ein Problem stellt dar, dass diese Zusammenhänge in ihrer Interpretiertheit häufig als zwangsläufig angenommen werden – ohne dies als Spannungsfeld zu thematisieren oder reflektieren. Implizit wird die Medienseite (über-)betont, insofern als ihr eine hohe Einflussmacht zugesprochen wird. Antworten auf die Frage nach dem »Warum« werden strenggenommen nur abgeleitet, so als wären Medienhandelnde eine berechenbare, quasi mathematische Größe (vgl. dazu Kapitel 2.2 und Kapitel 2.3.3).

Eine andere Perspektive wählt die rezipientInnenorientierte Forschung. Dabei werden Mediennutzung, -verhalten, -rezeption und/oder -aneignung untersucht (deskriptiv oder explanativ), um darüber Aufschluss zu subjektseitigen Verarbeitungsprozessen zu erhalten. Hier können quantitative Kennziffern, etwa zu Selektion, Nutzung, Nutzungsdauer, ein Werkzeug darstellen, aus dem sich Erkenntnisse ziehen lassen zu der Rolle, die Medien für ihre RezipientInnen spielen. Bspw. können NutzerInnen-Daten aussagekräftige Hinweise liefern auf diejenigen Inhalte, die populär sind, bei RezipientInnen also offensichtlich auf Resonanz treffen. Allerdings können auch diese Studien Antworten auf das »Warum« nur bedingt liefern, in Form von Interpretationen der Korrelationen. Als i. d. R. deskriptive Forschungen sind explanative Ergebnisse auch nicht deren Anspruch, und/oder das Hypothetische der Ergebnisse wird häufig in den Auswertungen reflektiert (und sei es nur in einer Wortwahl, die das Moment akzentuiert). Eine weitere Möglichkeit zur Beforschung von Medien und RezipientInnen sind Studien, die über die rein zahlenmäßige Erfassung der Nutzung hinausgehen, indem sie den Prozess der Erzeugung von Bedeutung bei der Rezeption untersuchen. Empirische Methoden dafür gibt es sowohl quantitative, bspw. über Fragebögen zu Nutzungsmotiven, als auch qualitative, bspw. über Einzelfallstudien oder Beobachtungen. Beides macht eine theoretische Verortung der RezipientInnen-Aktivität notwendig.

Der empirische Fokus dieser Arbeit auf subjektseitige Verarbeitungsprozesse sowie Verwendung qualitativer Forschungsmethoden legt eine theoretische Perspektivierung durch ein Konzept nahe, das den Umgang mit Medien als *Aneignung* begreift. Um Medienhandeln nicht als bloße Reproduktion medialer Diskurse, sondern differenzierter theoretisieren, untersuchen und in adäquaten Termini beschreiben zu können, wird

in Kapitel 2.2 das Konzept der Medienaneignung und der Cultural Studies eingeführt. Kennzeichnend für die Cultural Studies ist der Fokus auf Subjekte, deren Medienaneignung in Form von Dekodierungsprozessen im Kontext der lebensweltlichen Situierung im Alltag sowie die daran anschließenden vielfältigen Aushandlungen von Diskursen. So lassen sich Medientexte sowohl in ihrer Einbettung in/als gouvernementale Macht-techniken als auch im Zusammenhang mit potenziell Eigensinn erzeugenden Subjekten analysieren.

Kapitel 2.3 beschäftigt sich mit der jugendlichen Identitätsarbeit und deren Einbettung in die gesellschaftlichen Verhältnisse. Eine wichtige Ressource für jugendliche Subjektivierung stellen in der Gegenwartsgesellschaft die Medien(texte) dar (vgl. u. a. Barthelmes/Sander 1997, Mikos 2005). Diese werden als Sozialisationsinstanz konturiert, die für Jugendliche bedeutungsgenerierend und sinnstiftend wirkt, bspw. indem sie Alltag und Lebensentwürfe prägen. Dabei werden Jugendliche in dieser Arbeit verstanden als handelnde Subjekte, die sich im symbolischen Feld der Medien selbst sozialisieren.

Kapitel 2.3.1 beleuchtet die Jugendphase als »eigenständige Entwicklungsstufe« (Oerter/Dreher 1998: 311), die sich durch spezifische Orientierungen, Wertesysteme und Verhaltensweisen abhebt (vgl. Simon 2004), als ein Produkt der Moderne. Zur Beschreibung der kontemporären Verhältnisse der Heranwachsenden wird – im Zuge der Transformationen seit Mitte des 20. Jahrhunderts – häufig von Pluralisierung und Entstrukturierung der Jugendphase gesprochen, die sich etwa in einer stärkeren Heterogenität und Ausdehnung der Lebensphase äußern, bspw. bezüglich des Eintritts ins Erwerbsleben oder des Verlassens der elterlichen Wohnung, stärkerer Autonomie und Teilhabe an Erwachsenenwelten. Traditionelle Rollen, Werte, Sicherheiten und Orientierungen verlieren an Stabilität, neue Lebensformen, Vorbilder, Instanzen, die für Heranwachsende identitätsstiftend wirken, kommen hinzu, u. a. die Medien.

In Kapitel 2.3.2 werden Medienpraxen Jugendlicher anhand aktueller Daten zu Mediennutzung dargestellt, speziell im Hinblick auf das für die Forschungsfrage dieser Arbeit relevante Medium Fernsehen. Anhand der Daten zeigt sich, was die Forschung immer wieder für die Medienaneignung Jugendlicher nachweist: Diese funktioniert geschlechtlich vermittelt. In Kapitel 2.3.3 und 2.4 wird skizziert, wie auf Medienseite spezifische normalisierte Bilder und Texte (re-)produziert werden. Zu deren Macht als Wissensproduzenten lässt sich mit Hark/Villa (2010) konstatieren: »Bilder bilden nicht einfach ab, [...] sie konstruieren Sichtbarkeit und Evidenz, sie konstruieren Wahrscheinlichkeiten, sie geben das Eine dem Blick frei und machen im selben Atemzug das Andere unsichtbar.« (Ebd.: 8) Aber ebenso finden auf Subjektseite Verarbeitungsprozesse, Deutungen, Einschreibungen statt. Ein fruchtbares Forschungsfeld stellen die Online-Medien dar, da sich hier beide Seiten verschränken, insofern als NutzerInnen auch potenzielle ProduzentInnen sind. Eine Zusammenführung der Konzeptualisierungen im Hinblick auf den Forschungsfokus stellt Kapitel 2.4. dar, das vergeschlechtlichte Rationalitäten und Praxen der aussehensbezogenen Selbst-Herstellung und -Führung in rezenten Räumen beschreibt.

2.1 Subjektivierung in gouvernementalen Machtverhältnissen

In der Rezeption der Foucaultschen Theorien erlebt der Gouvernementalitätsansatz seit einiger Zeit eine Konjunktur: Forschungen diverser Disziplinen knüpfen an Foucaults Perspektive an, bspw. zur Interpretation zeitgenössischer Erscheinungen im Sinne neoliberaler Machtverhältnisse und/oder zur Untersuchung von Bereichen des Sozialen auf Normalisierungen. Darüber hinaus finden sich die Foucaultschen Gedanken zu Macht, der Sorge um sich selbst und neoliberalen Subjekten zunehmend auch als theoretische Referenz in populärwissenschaftlichen Texten, die sich mit Manifestationen neoliberal-ökonomisierter Entwicklungen auf Subjektebene in der Gegenwartsgesellschaft beschäftigen. So erfährt bspw. das Thema Selbstoptimierung seit 2013 eine große Popularität (vgl. u. a. Artikel in *Zeit*², *FAZ*³, *Welt*⁴, *Deutschlandfunk*⁵).

Foucaults Ausführungen zur Gouvernementalität sind seiner Spätphase zuzuordnen. Allerdings blieb dieser Teil seiner Forschungen, die er erstmals 1978/1979 in Form von zwei Vorlesungen vorstellte, fragmentarisch⁶. Im ersten Teil der Vorlesungen systematisiert und analysiert Foucault Ausprägungen von Macht in ihrer historischen Entwicklung. Diese genealogischen Ausführungen Foucaults spielen in der Rezeption seiner Theorie eher eine untergeordnete Rolle. Als Grundlage zur Anwendung und Weiterentwicklung wirken Foucaults Konzepte zu Machtbeziehungen im Neoliberalismus und die damit verbundenen Prozesse von Selbstformierungen, also die »Annahme, der Mensch unterstehe, wie die Kultur und die Gesellschaft, in denen er sich als Subjekt formt, den unbewussten Strukturen des Wissens und sozialen Machtgefügen« (Bublitz 2014: 385).

Im Jahr 2004 wurden Foucaults Vorlesungsreihen im französischen Original veröffentlicht wie auch in der deutschen Übersetzung unter dem Titel *Geschichte der Gouvernementalität*. In der wissenschaftlichen Forschung setzte eine breitere Auseinandersetzung mit dem Begriff der Gouvernementalität in den 1990er Jahren im Zuge der Veröffentlichung des Sammelbands *The Foucault Effect. Studies in Governmentality* (Burchell et al. 1991) ein, zunächst vor allem im angelsächsischen Raum, später weltweit. In Anlehnung an den Titel dieses Buches entwickelte sich der Terminus *Governmentality Studies* für Forschungen, die an das Gouvernementalitätskonzept Foucaults anschließen⁷.

2 <https://www.zeit.de/2013/33/selbstoptimierung-leistungssteigerung-apps>, Stand 22.1.2019.

3 <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/selbstoptimierung-mensch-in-der-mangel-13305118.html>, Stand 22.1.2019.

4 <https://www.welt.de/debatte/kolumnen/Maxeiner-und-Miersch/article125771182/Selbstoptimierung-ist-die-neue-erste-Buergerpflicht.html>, Stand 22.1.2019.

5 https://www.deutschlandfunkkultur.de/bodystyling-mein-koerper-mein-ich.1005.de.html?dram:article_id=438101, Stand 22.1.2019.

6 Möglicherweise ist diese Tatsache Foucaults frühem Tod im Alter von 57 Jahren geschuldet. Lemke (2000) vertritt die Ansicht, Foucault habe die Vorlesungen ohnehin nicht zur Publikation vorgesehen.

7 Ein Kritikpunkt am Foucaultschen Gouvernementalitätskonzept ist dessen lückenhafte und unvollständige Ausarbeitung und die teilweise uneinheitliche Verwendung der relevanten Termini. Der Vorwurf lautet, dass sich der Ansatz dadurch nicht systematisch erkennen- und wissenschaftstheoretisch standardisieren ließe. Da die AutorInnen, die ihre Forschungen gouvernementalitätstheoretisch verorten, Foucaults Begrifflichkeiten unterschiedlich verwenden, und diese

Die Gegenstände der gouvernementalitätstheoretisch verorteten Forschungen zeichnen sich aus durch eine große Heterogenität: Sie reichen von Feldern wie Medien, Alter, Geschlecht, Bildung, Körper über Risikoversorge, Versicherung und Medizin bis hin zu Sicherheitspolitik und Kriminologie. Die AutorInnen loten i. d. R. sozialpolitische und/oder -kulturelle Transformationen im Spannungsfeld neoliberaler Machtverhältnisse der Gegenwartsgesellschaft kritisch aus. Rezente Problemfelder werden so als programmatische Blaupause verfolgt, anhand derer sich die Ausprägungen von spezifischen Rationalitäten in ihrer konkreten Praxis empirisch durchleuchten lassen.

2.1.1 Die Entwicklung neoliberaler Machtverhältnisse in Michel Foucaults Gouvernementalitätskonzept

Michel Foucault führte den Begriff der Gouvernementalität 1978/1979 in zwei im Collège de France gehaltenen Vorlesungen mit den Titeln *Securité, territoire et population* und *Naissance de la biopolitique* (Foucault 2014a, Foucault 2014b) ein. In diesen entwirft Foucault einen genealogischen Überblick zu Entstehung und Wandel unterschiedlicher Arten von Machtbeziehungen⁸ sowie eine Analyse der Machtverhältnisse der Gegenwartsgesellschaft⁹: Im ersten Teil seiner Vorlesungen skizziert Foucault eine Genealogie der Machtbeziehungen qua Untersuchung des in verschiedenen historischen Phasen unterschiedlichen Verständnisses von Macht und daran anschließenden Umsetzungen von Regierung. Dabei gilt Foucaults primäres Interesse nicht einer chronologischen Darstellung; er unterteilt nicht hinsichtlich herkömmlicher historischer Epochen, für deren Verlauf er eine Weiterentwicklung – im Sinne einer Verbesserung der Verhältnisse – zugrunde legen würde. Er sieht seine genealogische Forschung als Diagnose von Prozessen, die er nicht als »notwendige Kausalitäten« (Lüders 2004: 56) analysiert, sondern als »Formierung von Zufällen und Herrschaftskämpfen« (ebd.). Die Ausprägungen von Machtausübung und -beziehungen erkennt und untersucht Foucault in Form konkreter Praxen und Diskurse, die er in allen Bereichen der Gesellschaft lokalisiert. Unter diesen Prämissen leitet Foucault eine Bestimmung der Technologien der Macht bzw. Rationalitäten der Regierung, ihrer Bereiche und Gegenstände ab. Die genealogische Methode bietet qua Befragung von spezifischen historischen Manifestationen und Verhältnissen auf ihre Ermöglichungsbedingungen hin eine Art entnaturalisierenden Zugang zur

Forschungen zudem durch heterogene Untersuchungsgegenstände und Methoden gekennzeichnet sind, wird teilweise in Frage gestellt, ob man von einer eigenen Forschungsdisziplin der Governmentality Studies sprechen könne (vgl. Osborn 2004).

- 8 Macht stellt die zentrale Thematik dar, die sich in Form unterschiedlicher Analysegegenstände wie ein roter Faden durch Foucaults gesamtes Werk zieht. Foucault führte kurz vor seinem Tod aus, dass es ihm dabei darum gehe, Prozesse der Subjektwerdung zu untersuchen. Die Machtanalyse stelle dafür lediglich ein Vehikel bereit, so Foucault (1987): »Zunächst möchte ich darlegen, was das Ziel meiner Arbeit während der letzten 20 Jahre war. Es war nicht die Analyse der Machtphänomene und auch nicht die Ausarbeitung der Grundlagen einer solchen Analyse. Meine Absicht war es vielmehr, eine Geschichte der verschiedenen Verfahren zu entwerfen, durch die in unserer Kultur Menschen zu Subjekten gemacht werden. [...] Nicht die Macht, sondern das Subjekt ist deshalb das allgemeine Thema meiner Forschung. Aber die Analyse der Macht ist selbstverständlich unumgänglich.« (Ebd.: 243)

- 9 Seine Ausführungen sieht Foucault (2005a) als gültig »im gesamten Abendland« (ebd.: 171).

Reflexion über diese und eine Bewusstmachung deren (historischer) Relativität (vgl. Wehrle 2016: 236)

Im Rahmen der Untersuchung der Genealogie der Macht differenziert Foucault drei Arten von Machtverhältnissen, die in ihrer Ausübung, ihren Mechanismen und Techniken prägend sind für die Strukturen und Beziehungen einer Gesellschaft: Die erste Machtform bezeichnet Foucault als *Souverän*. Dazu zählt bspw. die Regierung der Stadt in antiken Führungskonzeptionen oder die Pastoralmacht innerhalb des Christentums. Diesen Machttyp sieht Foucault charakterisiert durch eine »augenfällige Asymmetrie« (Foucault 1999: 278), da ein Souverän die Macht besitzt, Repression anzuwenden. Als zentrales Instrument der Machtausübung eines Souveräns bezeichnet Foucault »sterben zu machen oder leben zu lassen« (ebd.). Diese Souveränitätsmacht erkennt Foucault durch ihren vorwiegend repressiven Charakter als grundsätzlich anders geartet als die »moderne Macht«, deren Entwicklung er mit dem ausgehenden 17. und im Laufe des 18. Jahrhunderts lokalisiert. Damit einher geht laut Foucault ein neuer Regierungstyp, den er als *Disziplinarmacht* bezeichnet. Die Entstehung sieht Foucault in Wechselwirkung mit den sich ändernden soziopolitischen Bedingungen. Denn die »Macht, deren Modalität und Organisationsschema die Souveränität war, [hätte] sich außerstande gesehen [...], den ökonomischen und politischen Körper einer Gesellschaft zu regieren, die zugleich eine Bevölkerungsexplosion und die Industrialisierung durchläuft.« (Ebd.: 288) Die Disziplinarmacht stellt für Foucault eine moderne Machtform dar, da sie sich auszeichnet durch vielfältig-komplexere Mechanismen und Techniken. Qua »Mikrophysik der Macht« (Foucault 1976) wirkt die Disziplinarmacht nicht mehr primär repressiv über Souveränitätsprinzipien. Angepasst an die gesellschaftlichen Verhältnisse wirkt diese Machtform kontrollierend, regulierend, normierend durch alle Teile der Gesellschaft hinweg. Wirkmächtig wird sie als Panoptismus in Form des Wissens um die eigene Sicht- und damit Überwachbarkeit. Foucault nutzt die Beschreibung des Panoptiums und der darin Gefangenen als Metapher, um zu zeigen, wie moderne Subjekte die (anonyme) Überwachung als Machtsystem internalisieren und wie diese unkörperliche Macht damit »beständiger, tiefer, endgültiger und anpassungsfähiger« (ebd.: 261) in ihrer Wirkungsweise wird:

»Machttechniken entstehen, die wesentlich auf [...] den individuellen Körper gerichtet waren. All diese Prozeduren ermöglichten [...] die Organisation eines ganzen Feldes der Sichtbarkeit rund um diese individuellen Körper. Mit Hilfe dieser Techniken verinnahmte man die Körper [...]. Es handelte sich zugleich um Techniken der Rationalisierung und der strikten Ökonomie einer Macht, die auf am wenigsten kostspielige Weise mittels eines gesamten Systems der Überwachung, der Hierarchie, Kontrolle, Aufzeichnung und Berichte ausgeübt werden sollte.« (Foucault 1999: 279)

Eine weitere Veränderung der Machtausübung identifiziert Foucault im Liberalismus und aufkommenden Neoliberalismus: In den zur Entstehungszeit der Vorlesungen gegenwärtigen Verhältnissen verbunden mit einer Prognose der sich abzeichnenden soziopolitischen Entwicklungen sieht Foucault bedeutsame gesellschaftliche Transformationen. Foucault konturiert die zunehmende Betonung der Freiheit, Autonomie und Eigensteuerung der einzelnen Individuen ebenso wie eine zunehmende Ökonomisierung, die alle Teile der Gesellschaft erfasst. Parallel und quasi zwangsläufig formiert sich ei-

ne neue Machtform, denn wie Foucault nachzeichnet, besitzen die diversen Machtgeflechte und inter- und intrasubjektiven Beziehungen, die (neo-)liberale Gesellschaften kennzeichnen, in ihrer Gesamtheit eine Eigengesetzlichkeit, die nicht beherrschbar wäre durch Souverän oder Disziplinarmacht (vgl. ebd.: 288). Die zunehmende Freisetzung der Individuen geht daher damit einher, dass die äußerlichen Führungsmodi und Rationalitäten in Form institutioneller/organisierter Machtinstanzen abnehmen und Führung immer mehr zur *Selbstführung* wird. Den sich entwickelnden Machttyp bezeichnet Foucault als *Gouvernementalität*. Als dritte Form von Regierung beschreibt Foucault diese neben der souveränen und disziplinierenden Macht in einer Dreiecksmetapher, mit der er kenntlich machen will, dass die Entstehung einer neuen Machtform nicht die anderen ersetzt (vgl. Foucault 2014a). Stattdessen stellen sie drei Achsen dar, »eine Serie komplexer Gefüge«, bei der sich im Laufe der Zeit »das Korrelationssystem zwischen den juristisch-rechtlichen Mechanismen, den Disziplinarmechanismen und den Sicherheitsmechanismen« (ebd.: 22) ändert.

Foucault differenziert für gouvernementale Machtverhältnisse in neoliberalen Gesellschaften drei Dimensionen, im Rahmen derer sich Macht ausprägt. Als erste Ebene fasst Foucault die sogenannten *Herrschaftszustände* (Foucault 1985: 26). Mit diesen bezeichnet er soziale Kräfteverhältnisse, die stabilisiert sind, statisch in ihrem asymmetrischen Charakter. Die Herrschaftszustände sind dem am ähnlichsten, was im herkömmlichen Sinne mit Regierung und Macht verbunden wird. Lemke (2001) beschreibt diese als eine »auf Dauer gestellte und mit ökonomischen, politischen oder militärischen Mitteln institutionalisierte Ausübung von Macht« (ebd.: 118). In neoliberalen Verhältnissen allerdings stellen diese Ausprägungen, das wird in Foucaults Analysen deutlich, eher einen Sonderfall dar. Dementsprechend bildet bspw. die politische Führung in Form des Staates bzw. der Regierung »nur« eine Resultante gesellschaftlicher Machtbeziehungen und damit ein Glied im fluiden Geflecht der Machtstrukturen. Als zweite Ebene charakterisiert Foucault die *Strategischen Beziehungen*. Diese identifiziert er in den Machtverhältnissen im Rahmen der Interaktionen von Subjekten als »Spiele[n], in denen die einen das Verhalten der anderen zu bestimmen versuchen, worauf die anderen mit dem Versuch antworten, sich darin nicht bestimmen zu lassen oder ihrerseits versuchen, das Verhalten der anderen zu bestimmen« (Foucault 1985: 26). Anhand dieser plastischen Beschreibung wird sichtbar, wie sehr Macht in Foucaults Konzeption jeglichen sozialen Beziehungen inhärent und konstitutiv für diese ist. Auch lässt sich konturieren, was Foucault damit meint, dass Machtbeziehungen flexibel und veränderbar sind: Macht existiert in der (Re-)Produktion von Beziehungen und Verhältnissen. So können Subjekte, die Macht ausüben, wie auch die, auf die über Machtbeziehungen eingewirkt wird, zwischen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten wählen – zumindest in einem Möglichkeitsfeld. Weiteres Kennzeichen von Machttechniken, wie Foucault sie begreift, ist demgemäß, dass sie nie deterministisch sind im Sinne eines zwangsläufig bestimmten Verhaltens.

Die dritte Ebene der Machtbeziehungen nennt Foucault *Regierung*. Diese konzipiert er als für neoliberale Machtverhältnisse kennzeichnendes Bindeglied zwischen Herrschaftszuständen und Strategischen Beziehungen:

»Man muss die Punkte analysieren, an denen die Techniken der Herrschaft über Individuen sich der Prozesse bedienen, in denen das Individuum auf sich selbst einwirkt. Und umgekehrt muss man jene Punkte betrachten, in denen die Selbsttechnologien in Zwangs- oder Herrschaftsstrukturen integriert werden. Der Kontaktpunkt, an dem die Form der Lenkung der Individuen durch andere mit der Weise ihrer Selbstführung verknüpft ist, kann nach meiner Auffassung Regierung genannt werden. In der weiten Bedeutung des Wortes ist Regierung nicht eine Weise, Menschen zu zwingen, das zu tun, was der Regierende will; vielmehr ist sie immer ein bewegliches Gleichgewicht mit Ergänzungen und Konflikten zwischen Techniken, die Zwang sicherstellen, und Prozessen, durch die das Selbst durch sich selbst konstruiert oder modifiziert wird.« (Foucault 1993: 203)

Hier konturiert Foucault auf bemerkenswerte Art und Weise die Verknüpfung von Fremd- und Selbstführung in der Gegenwartsgesellschaft und zeigt, dass in dieser Verknüpfung das essenzielle Potenzial für Machtausübung besteht, nämlich im Führen der Führungen (vgl. Foucault 1987): Moderne Machtverhältnisse zeichnen sich aus durch die Vorgabe von Möglichkeitsfeldern, in denen andere *sich selbst* verhalten. Sprich, gouvernementale Macht besteht mit Foucault vor allem darin, das »Feld eventuellen Handelns der anderen zu strukturieren« (ebd.: 254). Möglich wird dies dadurch, dass mit Liberalismus und Neoliberalismus Subjekte erstmals in der Geschichte frei über ihre Subjektivierung verfügen (zumindest potenziell-theoretisch). Diese Freiheit der Subjekte ist konstitutiver Teil und Instrument der Machttechniken, sie ist »unverzichtbares Element der Regierungsrationalität selbst« (ebd.: 506), gouvernementale Machtbeziehungen funktionieren nur dadurch, dass die einzelnen Subjekte selbstsorgend handlungsfähig sind. Diese interne Regulation der Subjekte bezeichnet Foucault als *Technologien des Selbst*, die dadurch gekennzeichnet sind, dass »das Individuum auf sich selbst einwirkt« (Foucault 1993: 203), es wird »das Selbst durch sich selbst konstruiert oder modifiziert« (ebd.). In diesen Konzeptualisierungen wird dreierlei über Foucaults Verständnis von zeitgenössischer Macht deutlich: Diese ist erstens allgegenwärtig. Sie ist zweitens produktiv, da sie erschafft, nämlich besagte Möglichkeitsfelder und damit Subjektivierung. Und drittens: Moderne Macht wirkt primär indirekt. Über das »Möglichkeitsfeld, in das sich das Verhalten der handelnden Subjekte eingeschrieben hat« (Foucault 1987: 255), sind verschiedenste Formen der Regulierung qua Vorstrukturierung bestimmter Handlungsoptionen vorstellbar. So führt Foucault aus: »Sie [die Macht, Anm. d. Verf.] stachelt an, gibt ein, lenkt ab, erleichtert oder erschwert, erweitert oder begrenzt, macht mehr oder weniger wahrscheinlich; im Grenzfall nötigt oder verhindert sie vollständig.« (Ebd.)

2.1.2 Subjektivierung, Selbsttechnologien und der Homo Oeconomicus

Mit Foucault perspektiviert sind Subjekte in der neoliberalen Gesellschaft »aktivistische Instanzen« (Reckwitz 2008a: 35), die ihre Identität herstellen, indem sie sich selbst führen in Form von Selbstdisziplinierung, (Selbst-)Ermächtigung, Selbst-Regierung in einem Möglichkeitsraum internalisierter Machtverhältnisse, Diskurse, Normalisierungen. Kontemporäre Subjektwerdung skizziert Foucault im Gefüge der Machtbeziehungen.

gen der Regierungstechnologien, im Ineinandergreifen von Fremd- und Selbsttechniken. Subjektivierung stellt somit einen Prozess dar, in dem Machtverhältnisse Subjekte hervorbringen und Subjekte Machtverhältnisse hervorbringen. Dieser Prozess, den Foucault als *assujettissement* bezeichnet, ist also ein doppelsinniger, ambivalenter, da er mit einer Einschreibung des Subjekts in Machtverhältnisse sowohl deren Unterwerfung – nämlich unter bestehende Strukturen – impliziert wie auch gleichzeitig ihre (aktive) Selbstproduktion. Machtverhältnisse beinhalten im Sinne Foucaults nicht Passivität oder reaktives Handeln seitens der Individuen und sind nicht negativ oder repressiv konnotiert. Macht ist stets produktiv, da sie es ist, die Subjektivierungsprozesse überhaupt erst ermöglicht, indem sie Subjekte zu Selbstermächtigung und (Selbst-)Produktion befähigt. Entsprechend schreibt Foucault (1978) über Macht:

»Wenn sie nur repressiv wäre, wenn sie niemals etwas anderes tun würde als nein sagen, ja glauben Sie dann wirklich, daß man ihr gehorchen würde? Der Grund dafür, daß Macht herrscht, daß man sie akzeptiert, liegt ganz einfach darin, daß sie nicht nur als neinsagende Gewalt auf uns lastet, sondern in Wirklichkeit die Körper durchdringt, Dinge produziert, Lust verursacht, Wissen hervorbringt, Diskurse produziert; man muß sie als produktives Netz auffassen, das den ganzen sozialen Körper überzieht und nicht so sehr als negative Instanz, deren Funktion in der Unterdrückung besteht.« (Ebd.: 34f.)

Ein Merkmal gouvernementaler Machtverhältnisse ist, wie bereits ausgeführt, dass sie eigenverantwortliche, selbstformende Subjekte erfordert und hervorbringt. Der Selbstführung inhärent ist, dass das neoliberale Subjekt über ein bestimmtes Wissen verfügt, anhand dessen es seine Lebensführung ausrichtet. Foucault bezeichnet diese hegemonialen Wissensordnungen als Normalisierungen: von Subjekten selbst erzeugt, internalisiert, fortwährend reproduziert und damit selbstverständliche Möglichkeitsräume für Selbstführung darstellend.

Hier besteht ein essenzieller Unterschied zu Zwängen über Repressionen, Unterwerfung oder Überwachung der zwei anderen Machttypen, die Foucault beschreibt – in seiner Machtgenealogie der Vorlesungen zur Gouvernementalität zeichnet der Autor den Prozess hin zum spezifisch-neoliberalen Selbst-Verhältnis, durch das das zeitgenössische Subjekt »zum Vollzieher seiner eigenen ›Fremdführung‹ wird« (Jäckle et al. 2016: 72) nach: Foucault konturiert die Entstehung einer untrennbaren und konstitutiven Verknüpfung von Macht und Wissen, die ihren Anfang nimmt im Entstehen der »modernen« Macht der Disziplartechniken im 18. Jahrhundert. Er skizziert die sukzessive Entwicklung zunehmender Selbstüberwachung – von einer Regierungsform unter einem Souverän, die auf unterworfenen Subjekte abzielt, über die Disziplinarmacht, die disziplinierte Subjekte auf der Basis installierter Selbstüberwachung hervorbringt, bei der Subjekte anhand präskriptiv gesetzter Normen formiert werden bzw. sich formieren. Daraus schließlich entwickeln sich die Selbsttechnologien gouvernementaler Gesellschaften, die dadurch gekennzeichnet sind, dass – wie unter der Disziplinarmacht – Selbstüberwachung existiert, jedoch ausgerichtet am empirisch Vorhandenen, den Normalisierungen und Normalfeldern, die die aktuelle gesellschaftlich anerkannte Realität bilden, die sich in hegemonialen Praxen und Diskursen manifestieren und als fraglos Gegebenes erscheinen. Individuen resignifizieren und reproduzieren Normalitäten anhand von (vermeintlicher) Selbststeuerung, ausgerichtet an (vermeintlich)

selbstgewählten Wissensordnungen dadurch, dass sie an Macht(beziehungen) und Diskursen partizipieren, die Möglichkeitsräume bereitstellen und damit Selbstformierung und Subjektivierung hervorbringen, und sind so beteiligt an der permanenten Herstellung hegemonialer Möglichkeitsfelder.

Hier wird die oben beschriebene Aufeinanderbezogenheit und Wechselwirkung deutlich, in der in der *gouvernementalen* Gesellschaft institutionalisierte Macht-techniken und Selbstführung stehen. Mit diesen *Macht-Wissen-Komplexen* thematisiert Foucault, wie in bestimmten historisch-gesellschaftlichen Konstellationen eine spezifische Art von Wissen und Diskursen entsteht. Diese bilden als »Produktion der aktuellen gesellschaftlich anerkannten Realität« (Franz 2004: 63) den selbstverständlichen, nicht-reflektierten Rahmen, den Subjekte internalisieren, adaptieren und fortschreiben, innerhalb dessen sich Subjekte in jeder alltäglichen Situation mittels Selbstpraktiken realisieren. Unhinterfragte Normalitäten stellen gleichzeitige selbstverständliche Ideale dar. Anhand dieses Wissens richten sich die Subjekte qua Selbsttechniken aus, *normalisieren* sich. Durch die Selbstführung der Subjekte ist die Macht nicht mehr auf bestimmte Felder beschränkt, sondern durchdringt jeden Bereich (vgl. Jäckle et al. 2016). Bei der neoliberalen Selbstführung und Identitätsarbeit fallen also Subjektivierung, Fremd- und Selbsteinwirkungen in eins, sie sind so sehr ineinander verzahnt, dass es unmöglich erscheint, sie getrennt zu betrachten.

Mit neoliberaler Macht, Wissen, Selbstführung und Normalisierung eng verknüpft ist die Ökonomie, die Foucault über ein rein wirtschaftsbezogenes Verständnis hinaus als Teil der Vergesellschaftung ausmacht. Foucault bezeichnet Ökonomie als Hauptwissensform der *Gouvernementalität* (vgl. Foucault 2014a: 162) und beschreibt sie als »Wissenschaft der Systematizität von Reaktionen auf die Variablen der Umgebung« (Foucault 2014b: 370). Anhand historischer Entwicklungen zeigt Foucault, wie ökonomische Handlungslogiken sukzessive auch in nicht-ökonomische Bereiche vordringen und so Strukturveränderungen auch auf Meso- und Mikroebene bewirken: Die Etablierung der Ökonomie skizziert Foucault mit Beginn der 1970er Jahre in neoliberalen gesellschaftlichen Umgestaltungen, die sich transformieren in Rationalitäten und Modi für Subjektivierung, in Maßstäben wirtschaftlich-effizienten Verhaltens und »marktförmigen Handlungssystemen« (Eser 2005: 160) inter- und intrasubjektiver Beziehungen. Einhergehend mit soziopolitischen Transformationen, wie die Entwicklung von Kapitalismus/Marktwirtschaft und Umstrukturierungsprozessen des Sozialstaats, sieht Foucault eine prinzipielle Ausrichtung an Maßstäben der ökonomischen Effizienz, bspw. durch eine Abkehr vom (fürsorgenden) Wohlfahrtsstaat sowie Prozesse der Deregulierung und Privatisierung. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie vormalig staatlich-institutionell vorgenommene Funktionen als Aufgaben des Individuums installieren. Risiken auf der Ebene des Einzelnen, die ehemals Ziel staatlich-gesellschaftlicher Maßnahmen waren – wie Krankheit, Arbeitslosigkeit, Straffälligkeit, Integration – werden im aktivierenden Staat nach dem Motto *Fördern und Fordern* zunehmend der Selbstbestimmung und Eigenverantwortung des Subjekts übergeben. Damit einher geht eine zunehmende Responsabilisierung, d. h. Verantwortungsübertragung in Form von »Lenkung durch Individualisierung« (Foucault 2005b: 273) auf das einzelne Individuum. In eins gehen zunehmend gesellschaftliche Entwicklungen und solche auf Subjektebene; mit Modernisierungsprozessen, Reflexivierung, Optionsvielfalt,

Freisetzung subjektiver Entfaltungspotenziale als Subjektivierungstechniken hat jede/r nun das Recht auf eine selbstbestimmte Entscheidung, aber damit auch gleichzeitig die Pflicht, sich eigenverantwortlich und bestmöglich ausgerichtet an vermarktlichten Prinzipien in Konkurrenz zu anderen selbst »zu managen«. Der Zuständigkeitsbereich für Gesundheit, beruflichen Erfolg, Aussehen, Bildung wird individualisiert, obliegt in der neoliberalen Gesellschaft jedem Subjekt und dessen Selbstsorge. Mit wachsender Autonomie liegt die Verantwortung für Erfolg oder Misserfolg beim handelnden Subjekt und wird der Auswahl der richtigen bzw. falschen individuellen Strategie zugeschrieben. Dies alles kristallisiert sich in Foucaults Definition *gouvernementalen* Regierens, das er beschreibt als

»aus den Institutionen, den Reflexionen, Berechnungen und Taktiken gebildete Gesamtheit, welche es erlaubten, die Form der Macht auszuüben, die als Ziel die Bevölkerung, als Wissensform die politische Ökonomie und als technisches Instrument die Sicherheitsdispositive hat.« (Foucault 2014a: 162)

»Basiselement der neuen *gouvernementalen* Vernunft« (Foucault 2014b: 372) ist der *Homo oeconomicus*, der ökonomische Mensch (ebd.: 368), der als grundsätzliches, generelles Kalkül »die bestmögliche Verwirklichung seiner Interessen« verfolgt (ebd.: 381). Die gesellschaftliche Anrufung, sich stetig weiterzuentwickeln und »das Beste aus sich zu machen«, ist zu einem zentralen Wert in der Biographie jeden Subjekts geworden. Auch als sozialer Akteur handelt der *Homo oeconomicus* in allen Lebensbereichen an wirtschaftlich-konkurrenzziellen Marktkriterien orientiert, »rational-kalkulatorische Marktentscheidungen« (Stauff 2005: 221) sind Anreiz und Maßstab für Subjektivierung, Eigenverantwortung und Leistungsethik (selbst)regulierende Imperative. Bröckling (2007) hat hierfür das oft zitierte Schlagwort des »unternehmerischen Selbst« geprägt, Sennett (2000) das des »flexiblen Menschens«.

Hier wird deutlich, dass für das freigesetzte, autonome Subjekt die *Selbstverfügung*, das Recht und die Möglichkeit zur Selbststeuerung, auch die Pflicht zur *Selbstarbeit* impliziert: Neoliberaler Subjektivierung ist inhärent, über das eigene Selbst verfügen zu können und müssen (vgl. Mayer/Thompson 2013). Daraus erwächst ein permanenter Anspruch an die individuelle Selbstoptimierung. Diese *Sorge um sich Selbst* des Subjekts ist geleitet von indirekten Machtmechanismen, Sicherheitsdispositiven, implementiert durch verschiedene Formen von (Fremd-)Führung bzw. Regierungstechnologien im Sinne von regulierenden Zugriffen und »neoliberal gedachten Appellen an die persönliche Selbstverantwortung und das Selbstmanagement« (Hauptert 2010: 91). Im Gegensatz zu den Disziplinartechniken sind mit den Sicherheitsdispositiven und der Selbststeuerung die Instrumente der Machtausübung im Rahmen *gouvernementaler* Gesellschaften subtiler und gleichzeitig allumfassender geworden. Indem die normalisierenden Machttechnologien als nichts äußerlich Auferlegtes erscheinen, sondern internalisiert und sozialisiert sind, den Subjekten als selbstverständlich wirken und dadurch meist unhinterfragt bleiben, wirken sie umso stärker. Subjektivierung stellt in dieser Perspektive also einen »Formungsprozess [dar], bei dem gesellschaftliche Zurechtweisung und Selbstkonstitution in eins gehen« (Bröckling 2002: 177).

2.1.3 Das Gouvernementalitätskonzept in der Anwendung der Medienforschung

Arbeiten, die zur Beforschung von Medien auf Foucaults Gouvernementalitätskonzept rekurrieren, entstanden vereinzelt vor allem seit dem vergangenen Jahrzehnt. Der überwiegende Teil der AutorInnen, die im medienwissenschaftlichen Feld zur Rahmung ihrer Analysen gouvernementalitätstheoretisch argumentieren, stammt aus dem angloamerikanischen Raum (vgl. u. a. Banet-Weiser/Portwood-Stacer 2006, Nolan 2006, Gill 2007, Ouellette/Hay 2013, Janes et al. 2014).

Dennoch lässt sich festhalten, dass das Gouvernementalitätskonzept zur Analyse von Medien – und in geringerem Umfang zur Medienaneignung – unterdessen auch im deutschen Sprachraum angekommen ist (vgl. u. a. Stauff 2005, Thomas 2008, 2010, Seier 2009, Surma 2009, Traue 2009, Reichertz 2011, Sieber 2011, Thomas/Stehling 2012, Engemann 2013, Stehling 2015). Viele AutorInnen fokussieren auf die Rationalitäten und Technologien der Medien im Feld des Politischen. Dabei wird den Medien als machtvollm Wahrheitsregime eine hohe Relevanz für die Vergesellschaftung zugeschrieben (und i. d. R. kritisch reflektiert). Medien werden als gouvernementalisiert gedeutet, da sie als neoliberaler Agens »spezifische Sag- und Sichtbarkeiten« (Sieber 2011: 295) hervorbringen und damit Wissen, Diskurse, Rationalitäten, Modi. Über diese Objektivierungen, so der Tenor, (re-)produzieren die Medien machtvollen Anrufungen und Anleitungen für Selbstführungen. In diesem Sinne konturiert der Medientheoretiker Sieber (2011) diskurs- und gouvernementalitätstheoretisch Mediendispositive als Ordnungsmacht und »mediale Polizei«, die er daraufhin befragt, »welche Politiken sie selbst betreiben« (ebd.: 295). Sieber kommt zu dem Schluss, dass Mediendispositive nicht bloß repräsentative Funktion haben, sondern strategisch-disponierend, strukturierend, normierend (ein-)wirken, da sie »Handlungs- und Wahrnehmungsweisen im Feld des Politischen« (ebd.: 303) diktieren. Mediennutzende erscheinen in diesem Rahmen (nur) als durch die medienimmanent vorgegebenen Technologien und Rationalitäten »(de-)subjektiviert« (ebd.). Einem ähnlichen Ansatz folgt Reichertz (2011), der anhand des Gouvernementalitätskonzepts Medien funktionalistisch als Akteure und Instrumente untersucht, die den gesellschaftlichen Diskurs zur inneren Sicherheitspolitik mitbestimmen. Dies geschieht, so Reichertz, indem einerseits AkteurInnen im sicherheitspolitischen Diskurs ihre eigenen Positionen in die Medien und darüber in die Öffentlichkeit einzubringen suchen. Zudem konzeptualisiert Reichertz Medien als korporierte bzw. eigenständige Akteure, die ökonomisch-marktorientiert sicherheitspolitische Diskurse und Programmatiken transferieren und gestalten. Auch Engemann (2013) untersucht Medien auf Interventionen im Feld des Politischen. Anhand des Konzepts der Gouvernemedialität (Traue 2009, Engemann 2013) analysiert der Autor digitales Identitätsmanagement in der zeitgenössischen Gesellschaft. Der Name als »zentrales Element des Identitätsregimes« (Engemann 2013: 206) dient, so Engemann, zur Festschreibung, Legitimierung und Sichtbarmachung post-moderner Subjekte. Implementiert wird dieses Machtinstrument durch den Staat. Mittels der *Digitalen Identität* versucht dieser die Zuschreibung von Namen zu erreichen und damit die Regierung über lesbare Subjekte im digitalen Raum zu erzwingen:

»Fest steht jedoch, dass die Digitale Signatur als Vermittlung von Individuen, ihren Körpern, ihren Namen und der Staatlichkeit im neuen Schriftraum Internet der Nexus der sich gegenwärtig entfaltenden Gouvernemedialität ist. Die von Foucault beschriebenen Elemente gouvernementaler Politiken, das Selbst und die Körper, werden durch die Digitale Signatur im Internet als auf den Staat vermittelt etabliert und für Politiken adressierbar.« (Ebd.: 224)

Traue (2009) fokussiert auf das Konzept der Gouvernemedialität anhand der digitalen Partizipation in den Neuen/Online-Medien. Nach Traue sind die Neuen Medien, genauer gesagt Internetprotokolle, *gouvernemental par excellence*. Sie wirken machtvoll im Rahmen der Herstellung von Kommunikation und damit Wissen und funktionieren hier sowohl aktivierend als auch beschränkend: Einerseits ermächtigen sie, fordern gar strukturell auf zur Partizipation an digitalen Praktiken und bringen so Selbsttechnologien hervor. Das Besondere ist, dass mit der Entwicklung der Neuen Medien prinzipiell jede/r Medieninhalte produzieren kann. Andererseits aber beschränken die Neuen Medien – zumindest für Nicht-ExperteInnen – das Potenzial, indem sie qua Internetprotokolle einen Möglichkeitsraum vorgeben. Die Protokolle steuern also – im Sinne der Foucaultschen Führung der Führungen – (unbemerkt) die Selbsttechniken der Subjekte. Daher konstatiert Traue:

»Die digitalen Medienverhältnisse sind weder befreiend noch unterwerfend, weder katapultieren sie Nutzer in einen Raum unbegrenzter Kommunikation jenseits aller sozialen Bindungen, noch zwingen sie sie in vorgefertigte Sinnschablonen. Die mediale Struktur der kommunikationsstiftenden Protokolle *ermöglicht* und *begrenzt* zugleich Formen der Kommunikation.« (Ebd.: 14)

Einen anderen Schwerpunkt gouvernementalitätstheoretisch konturierter Arbeit in der Beforschung von Medien stellen mediale Anleitungen für neoliberale Subjektivierungen in Form der Selbsttechnologien dar. Auffälligerweise referenzieren die meisten der ForscherInnen auf das Fernsehen. Im Fokus steht dabei vor allem die Vergesellschaftung von Subjekten qua medialer (Re-)Produktion neoliberaler Selbst-, insbesondere Körpertechnologien. Die Autorinnen Seier (2009) und Surma (2009) untersuchen Makeover-Shows gouvernementalitätstheoretisch als Fernsehen der Mikropolitiken. Sie nennen als zentrales Moment dieser Medientexte das quasi-partizipative Element und die daraus resultierenden Modi für die ZuschauerInnen – »das reichhaltige ›Mitmach-Angebot‹, das aus Zuschauer/innen potenzielle Kandidat/innen macht und in diesem Sinne das zur Verfügung gestellte Wissen auch am und mit dem ›eigenen‹ Körper nachvollziehbar und ›erlebbar‹ werden lässt.« (Seier/Surma 2008: 175) Seier (2009) interpretiert die Medientexte vor diesem Hintergrund als wirkmächtige Machttechnologien, die dem Subjekt vielfältige und vielzählige neoliberale Modi und Praxen anbieten, die der Optimierung diverser Lebensbereiche dienen. Die Autorin konturiert ihre Analysen anhand der Makeover-Show *The Swan* und stellt in diesem Rahmen den Aspekt der Herstellungsleistung von Individualität als Transformationsprozess und (Re-)Mediatisierung (vgl. ebd.) besonders hervor. Auch Surma (2009) analysiert *The Swan*. Ihr Fokus gilt der medialen Konstruktion eines defizitorientierten Blicks auf den eigenen Körper. Anhand der Entwicklungen der Teilnehmerinnen zeichnet sie exemplarisch nach,

wie Selbsttechnologien im Sinne von Selbstoptimierung hervorgebracht und angeleitet werden. Surma zeigt, wie im Rahmen des Medientextes durch mediale Strategien, bspw. die Präsentation von ExpertInnen oder Kameratechniken, die Notwendigkeit zur Optimierung des eigenen Körpers vermittelt wird. Resümierend argumentiert die Autorin, es sei aufschlussreich aufzuzeigen, wie der

»defizitäre ›Ausgangszustand‹ der Kandidatinnen keinen vor-medialen Ist-Zustand abbildet, sondern wie sich dieser über medientechnologische Verfahren zu allererst als solcher konstituiert. Im Fokus steht dabei die Frage, wie ›Handlungsbedarf‹ bezüglich der Arbeit am Selbst hergestellt wird und welche Aspekte des ›Selbst‹ im Zuge dessen zu Einsatzfeldern deklariert werden.« (Ebd.: 54)

Nach Seier und Surma lassen sich Makeover-Sendungen also bezogen auf gesamtgesellschaftliche Verhältnisse konturieren als Affirmationen des hegemonialen Diskurses, körperbezogene Selbstoptimierung als normalisierte Anforderung zu verinnerlichen. Weiterentwickelt könnte dieser Ansatz als fruchtbare Basis dienen, um zu untersuchen, wie mit der Hervorbringung von »Handlungsbedarf« im Kontext der *Medienaneignung* umgegangen wird. Anhand der Medien ließe sich dann im Foucaultschen Sinne die Funktionsweise von Regierungstechnologien untersuchen, also inwiefern diese einen Kontaktpunkt bilden, an dem exemplarisch sichtbar wird, wie Selbst- und Fremdführung als machtvoller Verquickung hegemonialer gesellschaftlicher Diskurse hervorgebracht werden¹⁰. Hier zeigt sich paradigmatisch ein Defizit vieler gouvernementalitätstheoretisch argumentierender Analysen, nämlich die Dethematisierung der (aneignenden) Subjekte. I. d. R. untersuchen die Arbeiten primär Medientechnologien, zum Teil konturiert als Reproduktion gesellschaftlicher Programmatiken. Zwar werden teilweise Medien als Regierungstechnologien theoretisiert in dem Sinne, dass Machteffekte von Medien- und Subjektseite *wechselseitig* aufeinander einwirken. In den Analysen spiegelt sich das allerdings kaum wider, da fast ausschließlich die Anrufungen auf Medienseite in den Blick genommen werden. Selbsttechnologien werden zwar implizit mitgedacht, aber selten betrachtet. Die im Modell von Foucault konzipierte produktive Wechselseitigkeit von Machtverhältnissen in Selbst- und Fremdtechnologien im Rahmen von Regierungstechnologien, die Möglichkeit, dass Subjekte mediale Normalitätsfelder in ihrer Aneignung verschieben, wird damit nicht bis zum Ende durchdekliniert.

Stauff (2005) strebt in seinen Untersuchungen zum *Neuen Fernsehen* an, dieses Desiderat zu vermeiden, ein Modell der Medienanalyse zu entwickeln, das umgeht, Lokalitäten und (disparate) Quellen von Macht vorauszusetzen. Dieses scheint Stauff als problematisches Element vieler medienwissenschaftlicher, aber auch gouvernementalitätstheoretischer Arbeiten, die sich mit Medien und deren Rezeption beschäftigen. Denn damit würde, so der Autor, entgegen dem Foucaultschen Gedanken ein repressives, isolierend-dichotomisierendes (Medien vs. RezipientInnen) Machtmodell zugrunde gelegt und fortgeschrieben, »das der Macht zum einen einen Ort und zum anderen

10 Darüber hinaus wäre eine fruchtbare Perspektive, unter dieser theoretischen Rahmung zu fragen, warum sich Makeover-Shows in Deutschland – bspw. im Gegensatz zum US-amerikanischen Fernsehen – nicht etablieren konnten.

eine untersagende Wirkung zuschreibt« (ebd.: 7). Stauffs Ansatz ist es, mittels Foucaults Gouvernementalitätskonzept und Diskursanalyse Medien wie auch deren Nutzung, also »sowohl die heterogene und fortlaufend veränderte Struktur der Techniken und ›Inhalte‹ als auch [...] Rezeption« (Stauff 2009: 72), als Teile von Regierungstechnologien zu analysieren. Er plädiert dafür, Fernsehen diskursiv zu analysieren, um die Machtwirkungen zu dezentrieren und Fernsehen in seinen Veränderungen und Heterogenitäten erfassen zu können – nach Stauff das zentrale Moment des Mediums. Als kennzeichnend für das Dispositiv Fernsehen und »Antriebsmoment von Machteffekten« (Stauff 2005: 9) analysiert Stauff Charakteristika wie Veränderung, Heterogenität, Flexibilität. In Bezug auf die Nutzung/Rezeption denkt Stauff, wie auch die anderen AutorInnen, diese ausschließlich (ein-)gebunden in/an Rationalitäten. Die Theoretisierung von Praktiken und Rationalitäten des Medienhandelns scheint Stauff suspekt, da nicht prägnant, zu sehr auf einen Moment bezogen, methodologisch problematisch. Der Rezeptions- bzw. ZuschauerInnenforschung spricht Stauff insgesamt die wissenschaftliche Erklärungskraft und damit Relevanz ab. Eine Analyse der Rezeption würde, so argumentiert Stauff, zu einer »Homogenisierung von Fernsehen« führen und damit den »kulturellen Stellenwert des Fernsehens gerade verfehlen« (ebd.: 75). Praktiken in Form der Aneignungsprozesse betrachtet Stauff als »immer schon [...] immanenter Teilmechanismus und kein Gegenüber des Mediums« (ebd.: 8). Empirisch meint Stauff diese Machtasymmetrie bspw. daran belegen zu können, dass ZuschauerInnen die rezipierten Medieninhalte i. d. R. in Bezügen zu (dominierenden) gesellschaftlichen Diskursen denken und verbalisieren. Insgesamt schließt Stauff daher:

»Eine abgrenzbare Praxis der ›Aneignung‹, die spezifische Figur des ›Zuschauers‹ lässt sich [...] nur innerhalb der Medien, nicht aber als vorgängiges Gegenüber von Medien, identifizieren und erforschen. Entsprechend lassen sich [...] anhand der Diskursivierungen, Inszenierungsformen, technischen und programmlichen Oberflächen des Fernsehens Aussagen über seine Macht- und Subjekteffekte treffen, die meines Erachtens ›konkreter‹ (und wohl auch präziser) sind als alles Wissen über seine ›tatsächliche Aneignung‹.« (Ebd.: 108)

Stauffs Arbeit ist eine wichtige im Feld gouvernementalitätstheoretischer Medienforschung. Der Ansatz wendet einen Teil von Foucaults Konzept sehr konsequent an, durch seine spezielle Zuspitzung aber scheint er eher singulär für den Forschungsdiskurs nutzbar. Durch die Festlegung auf Regierungstechniken als allumfassende Rahmung für mediale Inhalte und Praktiken werden, wie auch die anderen gouvernementalitätstheoretisch konturierten Arbeiten, Verschiebungen der inszenierten Mediendiskurse im Prozess der Rezeption/Aneignung weitestgehend dethematisiert. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Mehrheit der AutorInnen, die Medienanalysen im Feld des Gouvernementalitätskonzepts verorten, primär die Medien(-technologien) untersuchen. Zwar beziehen sich bspw. Traue (2009) und Engemann (2013) auf Selbsttechnologien, beforschen diese aber nicht (empirisch) auf NutzerInnen-Seite, sondern primär als Möglichkeitsfelder von den Medien ausgehend. In diesem Punkt besteht eine problematische Verengung der Sicht. Medientexten und gesellschaftlichen Programmatiken wird damit die schwerpunktmäßige Geltungs- und Deutungsmacht überlassen und daraus werden automatisch Schlüsse für die Aneignung durch die

Subjekte gezogen. Diese Sichtweise legt das Gouvernementalitätskonzept selbst nahe. Subjekte und Subjektivierung bleiben in dieser Konzeptualisierung eher diffus, da sie in den Machtnetzen lediglich verortet und in (vor-)strukturierten Diskursfeldern analysiert werden. Machteffekte von institutionalisierter bzw. struktureller Seite lassen sich mit Foucault konsequenter konzeptualisieren als komplexe Prozesse auf Seiten des Subjekts. Villa (2013a) konstatiert dementsprechend als allgemeines Manko der Gouvernementalitätsperspektive, diese schließe kurz »von Verhältnissen auf Verhalten oder von Diskursen [...] auf Praxen.« (Ebd.: 64) Eine »Eigenlogik« der Subjektivierungsprozesse, ein Verschieben, Abweichen von den medial präsentierten Ideologien in der Aneignung wird so nivelliert. Kreative Lesarten der Medien, situative Parameter, Gegenkulturen, Guerilla- oder Protestbewegungen, die sich jenseits der medialen Vorzugslesart bewegen, sind nicht denkbar. Auch kritische Lesarten oder das Unterlaufen der Subjektpositionen würden stets im Bezug zu diesen gelesen. Möglich wäre nur ein »un-«, kein »a-« (also außerhalb der inszenierten Subjektpositionen), Subjektivierung geht zwangsläufig in medial präsentierten Normalitätsfeldern auf. Es bleiben entscheidende analytische Leerstellen, wählt man – wie im Fall dieser Arbeit – die Subjektseite als Referenzpunkt.

2.2 Medienaneignung und Cultural Studies

Eine grundsätzliche Annäherung an den Begriff der Medien zeigt eine Fülle an Informationen, Perspektiven, Charakterisierungen. So weit gefasst und vielfältig Medien sind, so reichhaltig sind auch die Themen, Fokusse, Auslegungen und Herangehensweisen. Unzählige Disziplinen haben Schnittstellen mit dem Thema Medien, diese sind in mannigfaltige Diskurse eingebettet, u. a. sozial, wirtschafts- und naturwissenschaftliche, technische, linguistische, historische. Allein in der Medien-/Kommunikationswissenschaft bspw. gibt es diverse Systematisierungen, die Medien u. a. charakterisieren im Hinblick auf Medienart, Funktion, Nutzung.

Gestützt durch Forschungsergebnisse etablierte sich in den Medienwissenschaften und angrenzenden Disziplinen in den letzten Jahrzehnten die Erkenntnis, dass Medientexte polysem sind und vielfältig aufgenommen werden. Mit Aufenanger (1994) fand ein genereller Paradigmenwechsel statt von einer »mechanistischen Konzeption der Medienwirkung hin zu einer handlungstheoretischen Konzeption des Rezeptionsprozesses« (ebd.: 17). Die Forschung nahm im Zuge dessen statt der Medien(-texte) zunehmend die Medienrezipierenden als Subjekte in den Fokus mitsamt ihren sozialen Zusammenhängen und Praxen, Dispositionen, Motivationen und Sinnzuschreibungen. Hier zeigte sich größtenteils ein Bild aktiver RezipientInnen (anstatt passiver KonsumentInnen, auf die die Medieninhalte homogen einwirken würden). Diverse Studien (vgl. bspw. Barthelmes/Sander 1997, Paus-Hasebrink 1999, Fritzschke 2003, Wegener 2008a, Hackenberg/Hajok 2012), die den Umgang mit Medien als Handlungsvollzug untersuchen, kommen zu dem Ergebnis, dass ZuschauerInnen aktiv-produktiv mit Medien umgehen in dem Sinne, dass sie Bedeutungen der Medientexte aushandeln im Kontext ihrer Positionierung, Situierung, Dispositionen, Lebenswelten. Im wissenschaftlichen Diskurs setzt sich mehr und mehr die Ansicht durch, dass Subjekte im Um-

gang mit Medien vielfältige Handlungsweisen zeigen, bei denen das Spektrum reicht von Reproduktion und Affirmation der Medientexte bis zu eigensinnigen Interpretationen und diskontinuierlichen Eigenlogiken, die nicht in Medieninhalten aufgehen bzw. sich nicht allein durch Analyse des Medientextes »vorhersagen« lassen.

Mit diesen Annahmen eng verknüpft ist die Konzeption der Medienaneignung. Mit den 1980ern, der »qualitativen Wende« (Mayring 1988) und dem interpretive turn in der (Medien-)Forschung begann die Karriere des Forschungsthemas Medienaneignung. In diesem Kontext entwickelte bspw. Winter (1995) sein Konzept des produktiven Zuschauers, Charlton/Neumann-Braun (1992) das Struktur-Prozessmodell der Medienrezeption und Krotz (1996) die Rezeptionskaskade. Seitdem ist der Begriff der Medienaneignung zu einem Schlüsselbegriff in der deutschsprachigen Medienforschung avanciert (vgl. Geimer 2011). Nach Wegener (2008a) ist der Terminus der Medienaneignung »medientheoretisch [...] nach wie vor wenig ausgearbeitet« (ebd.: 50). Dennoch lassen sich Konzeptualisierungen erfassen, die allen Forschungen gemein sind: Medienaneignung betont die aktive Zuwendung von Subjekten zu Medieninhalten und die Rezeption, Deutung und Verarbeitung dieser – auch in längerfristigen Anschlussprozessen – vor dem Hintergrund der je spezifischen lebensweltlichen und individuellen Positionierung. Die Aneignung ist als ein kreativer Prozess zu begreifen, der Affirmation und Verinnerlichung des Rezipierten, aber auch Distinktion, Abgrenzung und eigensinnige Deutung beinhalten kann sowie Zwischenformen dieser Positionen.

Die Cultural Studies sind seit ihrer Entstehung in den späten 1960er Jahren vor allem im angloamerikanischen und später auch im deutschsprachigen Raum zu einem populären Konzept avanciert, insbesondere in der Medienforschung. Wie bei den meisten Konzepten zur Aneignung von Medien ist die grundlegende Annahme der Cultural Studies, dass Medieninhalte und Medienrezeption wechselseitig aufeinander bezogen sind. Die Subjektseite spielt dabei eine zentrale Rolle insofern, als die Cultural Studies Medienaneignung als eigenständige Praxis und aktiven, kreativen Vorgang der Bedeutungsgenerierung interpretieren und untersuchen. Die Aktivität der RezipientInnen zeigt sich nicht nur in den Dekodierungspositionen *während* der Rezeption. Mit den Cultural Studies lässt sich bereits die *Auswahl* eines bestimmten Medientextes als eigenständige Hinwendung zu symbolischem Material, das für das Subjekt handlungsleitend bzw. virulent ist, interpretieren. Medienhandeln steht also im Zusammenhang mit den rezipierten Medientexten, ebenso relevant sind jedoch der soziale Lebenskontext und die Alltagswelt der Subjekte sowie die konkrete Rezeptionssituation. Diese dienen als Variablen, die in ihrer jeweiligen Zusammensetzung die Grundlage für die Medienaneignung schaffen und damit auch eine subversive, kreative Lesart möglich machen. Etwa in der Form, dass »Rezipienten sich persönlich Sinn aus Medienangeboten oft losgelöst von der ursprünglichen Intention des Produzenten widerständig und auf oft überraschende Weise »aneignen«, mithin also aktiv am Prozess der Bedeutungsproduktion beteiligt sind« (Lepa 2010: 88). Diesen kompletten und komplexen Lebenskontext impliziert der Kulturbegriff, der namensgebend für die Cultural Studies ist.

Ursprünglich entstanden die Cultural Studies im Feld der Literaturwissenschaft. Daher rührt die Terminologie, den Teil von Alltag bzw. Kultur, der untersucht wird, als *Texte* zu begreifen. Diese werden von den Subjekten *gelesen*. Damit wird der aktive Teil der Bedeutungsproduktion betont, der mit den Cultural Studies jeder Rezeption

inhärent ist. Zentral für die Analyse der Lesarten von Texten ist in den Cultural Studies das »Encoding/Decoding«-Modell (Hall 1980). Die Bezeichnung »Encoding/Decoding« weist auf ein zentrales Moment des Modells hin, nämlich dass die Medienaneignung durch zweierlei bestimmt wird: Einerseits durch den Medientext selbst sowie durch die spezifische Dekodierungs-/Lesartenposition, die vom rezipierenden Subjekt geleistet wird. In dieser Medium-ZuschauerInnen-Interaktion ergibt sich der Mediendiskurs. Jeder kulturelle Text ist gemäß den Cultural Studies polysem angelegt und insofern durch Offenheit gekennzeichnet. Dennoch sind die Codes und Symbole der Medientexte nicht völlig beliebig und frei deutbar. Die Texte legen bestimmte Lesarten nahe – die sogenannten Vorzugslesarten bzw. preferred readings – insofern als sie spezifische »ideologische Rahmungen« (vgl. Geimer 2011: 193) enthalten. Diese entsprechen i. d. R. den gesellschaftlich hegemonialen Diskursen. Daneben kommen aber auch Vorzugslesarten vor, die den herrschenden Diskursen entgegenstehen, etwa in einer Arthouse-Verfilmung oder kritischen Dokumentation. Die Vorzugslesart spricht kognitive sowie emotionale Prozesse an, die das aneignende Subjekt zu einer spezifischen Positionierung im Aneignungsprozess lenken (können). Im kulturkritischen Duktus Lepas (2010) verfügen die Medienproduzierenden »in einem hegemonialen Ausmaß über Kapital und Produktions- und Distributionsmittel«, mit dem es gelingt, »symbolische Bedeutungen zielgruppengerecht so geschickt und attraktiv zu konfektionieren, dass die Vieldeutigkeit medialer Botschaften substanziell und genau im intendierten Sinn beschränkt wird« (ebd.: 86).

Aufseiten der RezipientInnen sind drei idealtypische Dekodierungspositionen zu unterscheiden. Diese Arten der Dekodierung dürfen im Rahmen des Rezeptionsprozesses nicht als statisch betrachtet werden, im Umgang mit einem Medientext weisen die RezipientInnen durchaus verschiedene Positionen auf. Die dominante(-hegemoniale) Dekodierung (*dominant-hegemonic position*) stellt die Form der Medienaneignung dar, bei der der/die RezipientIn die Vorzugslesart übernimmt. Die oppositionelle Dekodierung (*oppositional position*) stellt die andere Seite des Spektrums dar; hierbei positioniert sich der/die RezipientIn im Widerstand zur Vorzugslesart, bspw. in dem er/sie subversive oder kreative Interpretationen entwirft. Die (lokal) ausgehandelte Position (*negotiated position*) beinhaltet Teile beider Pole. Bei dieser Lesart, die nach Hall (1980) am häufigsten auftritt, wird einerseits die Vorzugslesart anerkannt und damit i. d. R. affirmiert. Bspw. durch einen eigenen Bezugsrahmen und eigene Erfahrungen entwickeln die RezipientInnen dabei auch partiell widerständige Positionen, die integriert werden. Im ursprünglichen Modell Halls nahm dieser an, dass die Dekodierungspositionen durch die Klassenzugehörigkeit des Subjekts bestimmt werden. In Weiterentwicklungen des Modells (vgl. bspw. Morley 1992) wurde diese Perspektive modifiziert und differenzierter auf die soziale Situierung der RezipientInnen Bezug genommen. In zeitgenössischen Untersuchungen, die auf die Methoden der Cultural Studies referenzieren, werden Subjekte mit übereinstimmenden Lebensmustern in strukturellen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedingungen als Interpretationsgemeinschaften oder Subkulturen zusammengefasst. Überindividuelle Identifikationspunkte, so die Annahme, generieren »spezifische Lebensumstände und daraus hervorgegangene Momente eines gemeinsamen Bewusstseins bzw. einer ›common culture‹« (Adolf 2015: 412).

In diesen Konzeptualisierungen zu den unterschiedlichen Formen der Dekodierung von Medientexten kristallisiert sich das Potenzial der Cultural Studies. In den Cultural Studies wird ähnlich wie im Foucaultschen Gouvernementalitätskonzept davon ausgegangen, dass Subjekte und herrschende (Macht-)Verhältnisse sich in Wechselwirkung stützen und hervorbringen. Dadurch dass mit den Cultural Studies diese (Macht-)Diskurse als polysem und brüchig und damit angreifbar konzeptualisiert werden, werden die Subjekte als in der Lage betrachtet, widerständig gegenüber der dominanten kulturellen Ordnung zu agieren und darüber hinaus sogar alternative Subjektivität herzustellen (vgl. Winter 2003). Hall (1980) geht davon aus, dass Subjekte, die Kultur oppositionell dekodieren, die Vorzugslesarten der Texte erkennen, sie aber ablehnen und bewusst anders lesen und daher nicht die vorgegebene Position einnehmen. In welcher Form diese widerständige Position sich äußert, kann variieren: Von oppositionellem Verständnis bzw. abweichender Sichtweise und damit verbundener Ablehnung über eine Reproduktion dieses Verständnisses, bspw. indem es mit anderen geteilt wird, über Auflehnung bis hin zu öffentlichem Widerstand gegen die präsentierte Ideologie. Bei verschiedenen AutorInnen wird die Ansicht vertreten, dass die Subjekte, um eine oppositionelle Positionierung einnehmen zu können, erst ein Verstehen – im Sinne von Wissen – der Vorzugslesart entwickeln müssen. Diese Annahme birgt die Gefahr, implizit vorauszusetzen, dass vor allem RezipientInnen mit einem höheren Bildungskapital und/oder besserer Medienkompetenz zu einer kritischen Lesart in der Lage sind. Ebenso ließe sich aber eine oppositionelle Positionierung auf Basis einer nicht-rationalen, affektiv-emotionalen und/oder somatischen Ebene denken – im Rahmen der Aneignung von Medientexten, aber auch in Bezug auf Aushandlungen von und Umgangsweisen mit Diskursen im gesamtgesellschaftlichen Rahmen.

Ebenfalls fruchtbar ist der Grundgedanke der Cultural Studies, dass sich Kultur im weiteren und Subjektivierung im engeren Sinne in Alltagspraxen manifestiert und damit im Zusammenhang der positive Umgang mit Populärkultur. Mit diesem Ansatz wird nicht automatisch Trivialität und Banalität von Alltäglichem und populärkulturellen Medientexten vorausgesetzt; lustvolles Agieren und Aushandeln bei der Rezeption und in alltäglich-lebensweltlichen Modi wird nicht zwangsläufig in kritischem Licht gesehen. Es werden stattdessen auch die produktiven Potenziale hervorgehoben. Im Sinne der Cultural Studies sollte Medienaneignung – auch bzw. insbesondere von Populärkultur – unvoreingenommen analysiert und »verstehend und wertschätzend« (Götz 2003: 25) wahrgenommen werden. Exemplarisch zeigt die Arbeit von Fritzsche (2003) den besonderen Erkenntnisraum, den die Cultural Studies bieten¹¹. Fritzsche

11 In diesem Duktus argumentieren auch nicht dezidiert im Rahmen der Cultural Studies angelegte Forschungen. Bspw. sieht Götz (1999) in ihrer Untersuchung zur Medienaneignung von weiblichen Jugendlichen belegt, dass sich notwendige (Entwicklungs-)Prozesse von Selbstständigwerden und Abgrenzung in der Rezeption von Populärkultur, in diesem Fall Soap Operas, konkretisieren können: »Insbesondere in der Fanschaft bietet sich für Mädchen die Chance, sich als Expertinnen zu beweisen und als machtvoll denken zu können. Es ergeben sich Räume, die vom sonstigen Alltag abweichende Erfahrungen ermöglichen. Durch diese Alternativerfahrungen gestärkt, können sie sich z.B. gegenüber den Eltern als durchsetzungsfähig beweisen, sich zumindest im Freiraum freier artikulieren [...] und dadurch auch ihre restliche Alltagswelt verändern.« (ebd.: 378) Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch Angela McRobbie (1991), die Frauen und die Aneignung von Frauenzeit-

identifiziert in den Fan-Praktiken weiblicher Boygroupfans selbstermächtigendes Potenzial und legt in diesem Kontext den Fokus auf Alltagspraxen und die vielfältigen Strategien in der Aneignung von Populärkultur. Oppositionelle Positionierungen sieht die Autorin bspw. in der weiblichen Aneignung traditionell männlicher Muster, etwa indem die Mädchen selbstbewusst und offen zur Schau gestellt Begehren artikulieren¹².

Ein Vorwurf, der den Cultural Studies in diesem Zusammenhang immer wieder gemacht wird, ist, dass Aktivität und Kreativität der RezipientInnen idealisiert und überhöht würden (vgl. u. a. Lepa 2010, Geimer 2011). Es besteht die Gefahr einer generellen Romantisierung von Populärkultur und deren Aneignung als per se eigensinnig-bedeutungsgenerierender Praxis. Müller (2011) interpretiert diese Tendenz einiger Arbeiten im Feld der Cultural Studies als ähnlich eindimensional wie das Medienwirkungstheorem in der Tradition des Stimulus-Response-Modells:

»Wenn jedoch Polysemie, Heterogenität und Subversivität als Wesen von Populärkultur definitorisch vorausgesetzt werden [...], dann handelt es sich um eine zirkuläre Argumentation, die sich allein durch die umgekehrten Vorzeichen von der Borniertheit der Kulturindustrie der 1970er Jahre unterscheidet.« (Ebd.: 112)

Feministische TheoretikerInnen problematisieren ferner, viele Arbeiten im Feld der Cultural Studies, die sich mit Medienaneignung von Mädchen/Frauen beschäftigen, würden diese als »typisch weibliche Praktiken« festschreiben und damit naturalisieren und ontologisieren (vgl. dazu auch Kapitel 2.3.3 und 2.4). Aus dem Versuch, einen »positiven Begriff ›weiblichen Vergnügens‹ zu installieren«, kann es so »unfreiwillig zu einer Zementierung ›essentieller Weiblichkeit‹« (Angerer 2000: 100) kommen. Generell sollte differenziert beleuchtet werden, ob nicht über die Konstatierung weiblicher Praxen, Räume, Teilhabe und Sichtbarkeiten eine (idealisierende) Naturalisierung stattfindet. Stattdessen muss gefragt werden, ob patriarchal-heteronormative Machtverhältnisse diese Praxen nicht etwa hervorbringen, ihnen einen Platz zuweisen und somit restringieren. McRobbie (2010) diskutiert diese Anrufung und Vergesellschaftung von »Top Girls« als postfeministische Maskerade.

Ein Weg, die RezipientInnenseite mit ihren Aneignungsmöglichkeiten nicht beliebig werden zu lassen, besteht darin, die Texte bzw. Vorzugslesarten sowie den gesellschaftlichen Diskurs für die Interpretation der Dekodierung heranzuziehen und die Aneignung eingefasst von diesen zu analysieren. Medientexte präformieren in diesem Modell zu einem gewissen Teil die Prozesse der Aneignung. Und da zudem die Medienaneignung sowohl den aneignenden Subjekten selbst wie auch den Forschenden nie

schriften im subkulturellen Kontext der Arbeiterinnenklasse untersuchte. Einerseits, so McRobbie, sehen sich die Leserinnen durch die Zeitschriften mit Bildern hegemonialer Weiblichkeit und Heteronormativität konfrontiert. Andererseits böten die Texte den Frauen eine Möglichkeit, sich Raum für sich selbst zu nehmen: »the culture of femininity which is made available to girls through the intimate world of magazines can be used by girls as a means of creating their own space« (ebd.: xvii).

12 Ganz im Sinne des *Queering*, d. h. der performativen Aneignung vergeschlechtlicht kodierter Praxen und der »damit einhergehende[n] Auflösung klarer Geschlechtszuschreibungen« (vgl. Faust/Assmann 2014).

ausschließlich/komplett zugänglich sein kann, sind Textanalysen von Diskursen bzw. Normalitäten flankierend fruchtbar nutzbar.

2.3 Jugendliche in diversifizierten Lebenswelten des 21. Jahrhunderts

Die lebenslange Auseinandersetzung des Subjekts mit seiner sozialen Umwelt, die im Zentrum der Foucaultschen Gouvernementalitätstheorie steht, spielt eine bedeutende Rolle in vielen rezenten Diskursen. Wie stark diese Perspektive vom »Zeitgeist« geprägt ist und welch großer Wandel innerhalb eines halben Jahrhunderts stattgefunden hat, wird besonders deutlich vor der Vergleichsfolie des »klassisch-modernen« Verständnisses von Identität und Subjekt in der Gesellschaft. In diesen Konzeptionen werden Subjekte in der Lebensspanne konturiert anhand der Ausbildung von Identität als linearem Entwicklungsprozess¹³. Dieser wird als Ablauf begriffen, der als Zielzustand die Verwirklichung einer sozial-integrierten Persönlichkeit hat. Quasi als deterministisch mitgedacht für die Biographie der Individuen werden dabei biologisch oder qua Geburt vorstrukturierte Dispositionen. Seit der Ersten Moderne wurde die Vorstellung von Identität als stabilem, kohärenten Ganzen zunehmend in Frage gestellt: Mit den einschneidenden gesellschaftlichen Transformationen, die AutorInnen bspw. als Entstehung einer Welt- (Luhmann 1975), Risiko- (Beck 2015), posttraditionalen Gesellschaft (Giddens 1996) oder als Zweite Moderne bzw. reflexive Modernisierung (Beck/Giddens/Lash 1996) konzeptualisieren, erodierten die herrschenden Vorstellungen von Subjekten (vgl. Kraus 2000) und deren Entwicklung, Identität und Stellung in der Gesellschaft. Die wissenschaftlichen Diskurse verschoben sich und übernahmen die Dekonstruktion der tradierten Vorstellungen kohärenter, harmonischer, autonomer Identität(-sentwicklung) und der Idee eines »vernünftigen, mit sich identischen Subjekts, das bewusster Souverän seines Lebens ist« (Bilden 2009: 2). Dekonstruiert wurden (und werden) in diesem Zuge auch tradierte Diskurse zu (Hetero-)Sexualität, Geschlecht, Körpern oder Devianzen – und damit bestehende Herrschafts- und Machtverhältnisse. Gegenwärtig perspektiviert werden Subjekte als sich Gesellschaft Aneignende und gleichzeitig in historischer Kontingenz als durch die jeweiligen Machtbeziehungen, Diskurse und Dispositive produziert, in vielfältigen, heterogenen Lebenswelten, als fragmentierte, de-essenzialisierte Instanzen, die sich fortwährend neu realisieren und aktiv in Auseinandersetzung mit ihrem sozialen Umfeld in Positionierungsarbeit (sozial) verorten.

Modelle, auf die sich im aktuellen Diskurs zu Subjekten und ihrer Selbsthervorbringung bezogen wird, bspw. von Bilden (1998), Keupp (1999) und Krappmann (2000), sind dadurch gekennzeichnet, dass die AutorInnen Identität(en) konzeptualisieren im Übergang »von der Normal- zur Wahlbiographie« (Ley 1984) als Bastelbiographien (Beck/Beck-Gernsheim 1993), balancierendes Identitätsmodell (Krappmann 2000), Patchwork-Identitäten (Keupp 1999) und Selbsthervorbringung von Subjekten beschreiben als Selbstkonstitution (Bauman 1995), dynamisches System von Teil-Selbsten

13 Exemplarisch hierfür steht bspw. Eriksons (1973) Idee des Stufenmodells der psychosozialen Entwicklung.

(Bilden 1997, 2009) oder multiphrenen Persönlichkeiten (Gergen 1996)¹⁴. Gergen (ebd.) entwickelte sein Konzept auf der Prämisse, dass im Sinne des sozialen Konstruktivismus die Beschreibung von Subjekten unter Referenz auf Identität nicht mehr angemessen sei in der zeitgenössischen Gesellschaft. Ähnlich argumentiert Bilden (2009), wenn sie angibt, bewusst nicht in Termini von Identität zu formulieren, sondern dezidiert auf das Selbst referenziert (vgl. u. a. Bilden 2009). Hall (1994) verwendet den Begriff Positionierung, um damit die Flüchtigkeit und Wandelbarkeit, aber auch den aktiven Part, den moderne Subjekte für ihre Identitätsarbeit leisten, zu betonen. Bröckling (2002) wiederum beschreibt das rezente Subjekt als *unternehmerisches Selbst* und *Subjekt im Gerundivum*, das »überhaupt keine empirisch vorfindbare Entität« bezeichne (ebd.: 178). In Butlers (1991) Konzept zentral ist die Differenzierung zwischen den Bereichen *Handlungsfähigkeit* und *Subjekt*, um darüber der Gefahr von Naturalisierung und Essenzialisierung zu entgehen. Die Autorin konzeptualisiert stattdessen Identität als Bezeichnungspraxis und »Effekt diskursiver Praktiken« (ebd.: 39). Die Annahme der prinzipiellen Offenheit der Selbsthervorbringung in diesen Konzepten impliziert jedoch nicht, sie sei durch Zufälligkeit oder Beliebigkeit gekennzeichnet. Die AutorInnen stellen damit die lebensweltliche Einbindung der Subjekte in Machtbeziehungen, die vielfältigen Diskurse, Rationalitäten, Strukturen, die Wirkmächtigkeit dieser, aber auch die Wirkmächtigkeit der Reziprozität, in der Subjekte mit ihrer Umwelt verbunden sind, in den Fokus.

Einen besonderen Stellenwert im wissenschaftlichen Diskurs zu Selbstkonzept, Identitätsprozessen, Subjektivierung nimmt die Lebensphase Jugend ein. Die Suche nach Identität und dem eigenen Selbst rückt in der Jugendphase ins Zentrum des Bewusstseins und bildet von da an einen wesentlichen Fluchtpunkt des Daseins. Zwar wird in kontemporären Theorien Identitätsarbeit als ein lebenslanger Prozess gedacht. Aber trotz allen Wandels gilt auch für die Gegenwartsgesellschaft, dass in der Entwicklungsphase Jugend das Thema Identität eine besondere Verdichtung erfährt und in diesem Lebensabschnitt ein Kernthema darstellt: »Das Bedürfnis eine Identität herauszubilden, ist ein jugendtypisch notwendiges und dringliches. Zu keinem Zeitpunkt hat die Suche nach Identität die gleiche Intensität und ›Dramatik‹ wie im Jugendalter.« (Hoffmann 2004: 11) In der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Jugendlichen – sei es in Politik, Psychologie, Sozialwissenschaften, Recht oder Pädagogik – stellen Subjektwerdung und Identitätsausbildung konstitutive Referenzpunkte und Schnittstellen für so gut wie alle weiteren Fragestellungen dar.

14 Reckwitz (2008b) bilanziert eine »Expansion von Analysen personaler und kollektiver Identitäten« (ebd.: 51) insbesondere für den Zeitraum seit dem Ende des 20. Jahrhunderts sowie deren »Bedeutungswandel der Identitätssemantik« (Reckwitz 2001: 25). Dieser zeichne sich dadurch aus, dass postmoderne Identitätsdiskurse nicht mehr »universalistisch und kompetenztheoretisch orientiert« sind, sondern »hermeneutisch und historisch orientiert sowie auf das Problem des kontingenten Selbstverstehens bezogen. Die Semantik ändert sich offenbar mit der gesellschaftlichen Problemlage.« (Ebd.)

2.3.1 Jugend und Subjektwerdung in kontemporären (Selbst-)Verhältnissen

Die Herausbildung des eigenen Selbst in der Lebensphase Jugend wird perspektiviert als geprägt durch ein Zusammenspiel von »entwicklungspsychologischen und sozialisationistischen Bedingungen« (Paus-Hasebrink/Bichler 2008: 63). Für den Beginn des Jugendalters ist es nach wie vor Konsens, diesen im Sinne der traditionellen Definition am Einsetzen der körperlichen und psychosexuellen Veränderungen der Pubertät festzumachen¹⁵. Diese Veränderungen stellen jedoch keinen isolierten Vorgang dar, sondern sind Teil von übergreifenden Gesamtentwicklungen im Jugendalter. In dieser Lebensphase stehen somatische und psychische, kognitive, emotionale Entwicklungen in enger Wechselwirkung mit sozialen Prozessen. Diese zeigen sich etwa in der zunehmenden Ablösung von der Familie und stärkeren Hinwendung zu den Peers, der Annahme von Autonomie in Bezug auf die eigene Lebensplanung, einer bewussten Beschäftigung mit dem eigenen Selbstbild sowie zunehmender Reflexivität zu sich selbst, der eigenen Rolle und den Erwartungen der Gesellschaft (vgl. Fritzsche 2007). Da diese Entwicklungen wiederum in gesellschaftliche Prozesse eingebunden sind, wird schnell offensichtlich, wie schwierig das Ende der Jugendphase abzugrenzen ist: Der Übergang vom Jugend- ins Erwachsenenalter ist kaum an standardisierten Kriterien festzumachen¹⁶. I. d. R. wurde und wird er an sozialen Prozessen gemessen.

Zur Perspektivierung der Bedeutung, die insbesondere für die Herausbildung der Identität im Kindes- und Jugendalter die soziale Umwelt einnimmt, spielen Konzepte der Sozialisation eine relevante Rolle. Der Begriff der Sozialisation geht in seinen Anfängen auf Durkheim (1895) zurück. Damit beschrieb Durkheim die Vermittlung der Gesellschaftsstruktur in das Innere des Individuums¹⁷. In den 1970er Jahren wurden Sozialisationstheorien und -forschungen verstärkt im wissenschaftlichen Diskurs aufgegriffen (vgl. El Siofi et al. 2008). Damit im Zusammenhang fand eine starke Ausdifferenzierung von Sozialisationskonzepten statt, die wiederum im Laufe der Jahre Debatten und Neuausrichtungen provozierten, bspw. in der Geschlechterforschung oder den Kultur- und Erziehungswissenschaften. Kritisiert wird immer wieder, dass traditionelle Sozialisationsmodelle grundsätzlich auf der Prämisse basieren, dass Sozialisation ein unidirektionaler Prozess sei. Damit werden die Sozialisierten, besonders Kinder und

15 Der Begriff der Pubertät bezeichnet vor allem die entwicklungsphysiologischen Veränderungen. Unter anderem sind dies: diverse endogene Reifungsprozesse, ein beschleunigtes Längenwachstum, Veränderungen der Körperproportionen, Geschlechtsreife und Entwicklung einer sexuellen Orientierung. Zur besseren Differenzierbarkeit unterteilt die Forschung die Entwicklungsphase Jugend teilweise stark abgestuft in mehrere Unterphasen und berücksichtigt verschiedene Variablen, primär Geschlecht und Alter, für den Eintritt in diese.

16 Weder die juristische Perspektive als Erreichen der vollen Rechtsmündigkeit noch eine soziologische, bspw. in Form der Definition von Hurrelmann (2004), der den Übergang ins Erwachsenenalter an einer vollen Selbstständigkeit als Gesellschaftsmitglied in den zentralen gesellschaftlichen Positionen sowie an einem dem Erwachsenenstatus entsprechenden Grad an Autonomie der Handlungssteuerung festmacht, kann zur Eingrenzung, die wenigstens für einige Jahre Gültigkeit beansprucht, herangezogen werden.

17 Durkheim nahm an, es sei notwendig, dass jede/r die in einer Gesellschaft herrschenden Normen und Werte verinnerlichen müsse, da damit qua moralischer Disziplinierung menschliche Triebe eingegrenzt würden und nur so der Bestand der Gesellschaft gesichert werden könne.

Jugendliche, konzeptualisiert als formbar und geformt durch ihre Umwelt; die Anregungen dieser Regulations- und Entwicklungsmechanismen werden primär untersucht in Form externer Faktoren. Stellvertretend für die Kritik lässt sich die Problematisierung von Bührmann et al. (2014) anführen, dieses Primat manifestiere »eine Vereinheitlichung und Passivität der Individuen, während es ihre Gestaltungsfähigkeit und -möglichkeit ignoriert« (ebd.: 170)¹⁸. Mit der subjektiven Wende etablierten sich neue Perspektiven in der Sozialisationsforschung. Exemplarisch dafür steht Hurrelmanns (1983) Theorie des produktiv realitätverarbeitenden Subjekts. Seitdem nehmen Sozialisationskonzepte i. d. R. stärker die Subjektseite, Aktivität und Selbsthervorbringung in den Blick (vgl. Bührmann et al. 2014): Aktuelle Ansätze gehen davon aus, dass Sozialisation im Sinne eines Wechselseitigkeitsmodells komplex und rekursiv geschieht, produktiv, lebenslang, ohne dabei eine Entwicklung hin auf einen bestimmten Zielzustand vorauszusetzen. Demnach werden Kinder und Jugendliche – dies gilt natürlich ebenso für Individuen in allen Leben- und Altersphasen – durch Zugehörigkeiten, Einbindung, Aneignung in vielfältigen Kontexten geprägt, »vergesellschaftet«. Daneben aber sind sie selbst aktive Gestalter ihrer Sozialisation, ohne dass das jedoch zwangsläufig eine »universell geradlinige Vorwärtsentwicklung« (Elias 1988)¹⁹ implizieren würde. Demgemäß definieren Hurrelmann et al. (2008) Sozialisation als

»Prozess, durch den in wechselseitiger Interdependenz zwischen der biopsychischen Grundstruktur individueller Akteure und ihrer sozialen und physischen Umwelt relativ dauerhafte Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Handlungsdispositionen entstehen« (ebd.: 25).

Hier wird deutlich, wie stark sich Sozialisation historisch und gesellschaftlich im Zuge der Entwicklungen der Umwelt, in der Jugendliche aufwachsen, verändert und mit diesen Konstituenten auch Subjektwerdung, Identitätsentwicklung und der/die Jugendliche selbst – das Heranwachsen in Deutschland zu Beginn des 21. Jahrhunderts ist dadurch gekennzeichnet, dass die Jugendlichen ganz andere (Sozialisations-)Bedingungen erleben als noch ihrer Elterngeneration. Verdichtet lassen sich diese Verhältnisse skizzieren mit Blick auf gesamtgesellschaftliche Transformationen interdependent mit vielgestaltigem Wandel auf der Mikro- und Mesebene: Im Nachkriegsdeutschland setzten Entwicklungen sozialer Differenzierung ein, die sich schlagwortartig konturieren lassen bspw. als systemübergreifende Modernisierungsprozesse, Individualisierung, Emanzipation der Frau, Wandel der Formen privaten Zusammenlebens und Angleichungsbewegungen der Bevölkerungsgruppen in den Bereichen Konsum, Kultur, Freizeit, Lebensführung, durch medizinische Entwicklungen, bspw. die Planbarkeit der Reproduktion, und im Anstieg der Lebenserwartung (vgl. u. a. Beck 2015).

Für die Biographien Jugendlicher manifestiert sich dies bspw. in einer Verlängerung beziehungsweise Ausweitung der Lebensphase Jugend. Durch Flexibilisierung der

18 Sichtbar werden hier bezeichnende Parallelen zur Infragestellung traditioneller Medienwirkungstheorien (vgl. Kapitel 2.2.).

19 <https://www.zeit.de/1988/25/was-ich-unter-zivilisation-verstehe/komplettansicht>, Stand 12.2.2019.

Lebens- und Arbeitsverläufe, Bildungsexpansion und verlängerte Ausbildungszeiten sowie spätere Gründung einer eigenen Familie bzw. eines eigenen Haushalts verbringt ein Großteil der jugendlichen Mädchen und Jungen mehr Zeit in Bildungseinrichtungen und im Haushalt der Eltern als früher. Änderungen der Demographie²⁰ spiegeln sich auch in einem veränderten Verhältnis innerhalb der Familien und anderen pädagogischen Kontexten wider, bspw. Kindzentrierung, eine generelle Pädagogisierung der Gesellschaft, ein Umgang, der eher von Partnerschaftlichkeit als Asymmetrie geprägt ist, zunehmende Autonomie der Heranwachsenden in Bezug auf die eigene Lebensgestaltung, mehr Freizeit und Freiräume, über die sie selbstständig verfügen und Teilhabe an der Erwachsenenwelt (vgl. Hoffmann 2002). Damit einher geht die Abnahme der Relevanz traditioneller Sozialisationsinstanzen. Zwar gelten nach wie vor Familie und Schule/Ausbildung für Heranwachsende als primäre und sekundäre Sozialisationsinstanzen, da sie wichtige Vermittler von Realität darstellen und Verhaltensregeln, Überzeugungs- und Einstellungssysteme prägen (vgl. Hurrelmann 2002). Hinzu kommen jedoch in steigendem Maße als Sozialisationsinstanzen die Peers sowie die Medien.

Peer-Beziehungen besitzen eine große Bedeutung für Heranwachsende. Die Gleichaltrigengruppe als Sozialisationsinstanz ist durch spezifische Erfahrungen und Anforderungen gekennzeichnet. In der aktuellen Shell Jugendstudie gaben 89 % der Befragten an, es besonders wichtig zu finden, gute FreundInnen zu haben (vgl. Shell Jugendstudie 2015). Auch bei den nicht-medialen Freizeitaktivitäten liegt das Treffen mit FreundInnen konstant an erster Stelle, wenn auch die Zahlen im Vergleich der letzten 10 Jahre eine nachlassende Relevanz zeigen. Als charakteristisches Kennzeichen für die Gleichaltrigenbeziehungen weist Krappmann (2016) darauf hin, dass die Jugendlichen diese selbst gründen und erhalten müssen. Zudem sind sie neben Abgrenzung und Solidarität – anders als familiäre Beziehungen – stärker krisenanfällig und aufkündbar (ebd.: 263). Die Gleichaltrigen haben i. d. R. die Funktion einer Ergänzung zur Familie, zu deren Wertvorstellungen und Verhaltensweisen. Sie ermöglichen das Erleben von Gleichheit und Souveränität, aber auch das Einüben im Umgang mit Gruppenhierarchien, bieten Experimentierräume für Sozialverhalten, Toleranz, Abgrenzung, Durchsetzung der eigenen Interessen. Außerdem besteht eine wichtige Bedeutung der Peergroup-Beziehungen darin, sich (jugend-)eigene Räume zu schaffen, in Form von Subkulturen. Jugendkulturen vermitteln kollektive Muster, Lebensstile und einen bedeutsamen Bezugsrahmen für gemeinsame Orientierungen. Darüber bieten sie die Möglichkeit, außerhalb des Elternhauses Einstellungen, Beziehungen, Regeln und Werte auszuhandeln, sowie Anregungen, Anerkennung, Zugehörigkeit, Halt und Unterstützung zu erfahren. Die Zugehörigkeit zu Subkulturen wird bspw. sichtbar gemacht über einen gemeinsamen Kleidungsstil, Mediengeschmack, geteilte Einstellungen, Verhaltens-, Umgangsweisen und Kommunikationsmuster, gemeinsame Aktivitäten und frequentierte Orte. Die Jugendsubkulturen haben sich allerdings seit Mitte des letzten Jahrhunderts insofern deutlich geändert, als sie sich von einer

20 Genannt seien hier exemplarisch: die sinkende Geburtenziffer, das steigende Alter der Erstgebärenden, die Veränderung der Bevölkerungsverteilung, der Trend zur Klein- und Kernfamilie oder das steigende Durchschnittsalter beim Verlassen des elterlichen Haushalts.

reinen Gegenkultur – eine Kraft, die seit den 1960er Jahren treibend für die Entwicklung der meisten Subkulturen war – zu einer relativ autonomen Teilkultur der Gesellschaft gewandelt haben. Letztere existieren häufig selbstreferenziell und unabhängig von anderen gesellschaftlichen Teilkulturen. Empirische Forschungen zeigen, dass Heranwachsende der Haltung, mit Jugendkulturen Aufbegehren, Abgrenzung und/oder Distanzierung von der Erwachsenenwelt schaffen zu wollen, immer weniger Bedeutung beimessen.

Flankiert wird dieser Befund durch den gegenwärtigen Wertekanon der Jugendlichen: Die AutorInnen der Sinus-Jugendstudie von 2016 fassen diesen mit dem Schlagwort *Neo-Konventionalismus* zusammen (vgl. Calmbach et al. 2016), die Shell Jugendstudie (2015) betitelt die Jugendlichen der Gegenwartsgesellschaft als *pragmatische Generation*, die Sinus-Studie 2016 als *Generation Mainstream*. Vorherrschende Wertorientierungen unter Jugendlichen sind Sicherheit, Stabilität, Leistungsorientierung, Bodenständigkeit, Anpassung (vgl. u. a. Shell Jugendstudie 2015, Sinus-Studie 2016). Den stärksten Zuwachs im Vergleich der Shell Studien von 2010 und 2015 verzeichnete der Wert, Gesetz und Ordnung zu respektieren. Die Studien konstatieren zudem einen Angleich der Jugendlichen an ihre Elterngeneration: Demnach stimmen die Werteorientierungen der Jugend größtenteils mit denen ihrer Eltern überein, 92 % der befragten Jugendlichen sagten aus, das Verhältnis zu den Eltern sei bestens oder gut, und rund drei Viertel gaben an, die Erziehung der Eltern als vorbildhaft anzusehen. Die AutorInnen der Sinus-Jugendstudie Calmbach et al. (2016) resümieren basierend auf diesen Befunden, die Bezeichnung *Mainstream* sei »Schlüsselbegriff im Selbstverständnis und bei der Selbstbeschreibung« von Jugendlichen. Sie interpretieren dies als »Sehnsucht nach Normalität« und nach »Aufgehoben- und Akzeptiertsein in einer Gemeinschaft, nach Geborgenheit und auch nach Halt und Orientierung in den zunehmend unübersichtlichen Verhältnissen einer globalisierten Welt« (ebd.: 475).

2.3.2 Das Fernsehen in jugendlichen Lebenswelten

Medien, deren Nutzung und die Diskurse um Populärkultur stellen einen selbstverständlichen Teil der Lebenswelten und Erfahrungsmuster von Jugendlichen dar (vgl. Fritzsche 2003). Spätestens seit den 1980er Jahren wachsen Kinder und Jugendliche in Deutschland in einem Umfeld mit umfangreicher Medienausstattung auf. Generelle Mediatisierung des Alltags, Omnipräsenz, zunehmende Komplementarität, Konvergenz sind nur einige der Schlagworte, mit denen die Rolle von Medien(-nutzung) aktuell beschrieben wird. In der Gegenwartsgesellschaft sind Medien in so gut wie alle Lebensräume eingebunden. In den letzten Jahrzehnten setzte sich damit im Zusammenhang auch das Bewusstsein um deren Bedeutung als Sozialisationsinstanz im Forschungskanon durch²¹: Medien bieten durch ihre Eigenschaften – bspw. Verfügbarkeit, Omnipräsenz – Voraussetzungen, um als Informations- und

21 Die Relevanz von Medien für die Sozialisation und Identitätsentwicklung wurde im wissenschaftlichen Diskurs nicht immer berücksichtigt. Noch 2007 konstatiert Hoffmann eine »Vernachlässigung der Medien in theoretischen Modellen und Konzepten zur Sozialisation« (Hoffmann 2007: 15). Als Ursache sieht sie zwei Fehlannahmen in der Forschung: Zum einen würde häufig davon ausgegangen, dass Medien keine »sozialisationsrelevanten Wirklichkeitserfahrungen« böten. Und

Orientierungsinstanz wahrgenommen und genutzt zu werden. Sie können in der zeitgenössischen Gesellschaft gewichtige Mittler von Wissen, Weltbildern und Lebensorientierungen darstellen bei der jugendlichen Selbstfindung und Suche nach adäquaten Lebensentwürfen und prägend wirken für die Ausbildung von Einstellungs-, Verhaltens- und Handlungsdispositionen (vgl. Mikos 2004). Ebenfalls in den Fokus trat im Zuge der subjektiven Wende sukzessive die Rolle, die Jugendliche selbst im Rahmen des Medienhandelns spielen (vgl. Kapitel 2.2). Neben der Manipulationsthese, die nach wie vor im Mediendiskurs und der öffentlichen Meinung weit verbreitet ist, setzte sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass Heranwachsende aktive, handelnde Individuen sind, die sich im symbolischen Feld der Medien selbst sozialisieren. Denn auch für Mediensozialisation gilt, dass diese keinen unidirektionalen Prozess darstellt (vgl. Kapitel 2.3.1). Jugendliche sind aktivbeteiligt, etwa durch Selektion oder Verweigerung von Medieninhalten, in Aneignungsprozessen, Anschlusskommunikation u. ä. Damit wird der Fokus gelegt auf Medienrezeption und -aneignung als aktives Handeln, als Praxis, die erlernt wird und dynamisch verläuft im Entwicklungsprozess (vgl. Hoffmann 2007). Die medialen und sozialen Prägungen geschehen in diesem Modell nicht separiert voneinander, sondern überlappen sich²². Auf die besondere Bedeutung von Medien als Sozialisationsinstanz durch ihre Doppelrolle weist Schorb hin. Denn diese dienen über ihre eigenen sozialisatorischen Funktionen hinaus den »traditionellen« Sozialisationsinstanzen als Mittler (vgl. Schorb 2006).

Die Funktionen, die Medien für Jugendliche einnehmen können, bzw. die Jugendliche aus Medien ziehen, sind komplex und vielfältig: Medientexte können genutzt werden als Vorlagen symbolischer Wirklichkeiten in Form einer Vielfalt an Geschichten, Erfahrungen, Persönlichkeitsentwürfen, Rollen, Handlungskonzepten, Verhaltensmuster. Darüber können Medien einen wichtigen Experimentierraum für das psychosoziale Moratorium (vgl. Hoffmann 2004) im Jugendalter darstellen. Finden die Heranwachsenden eigene Lebensthemen in den Medieninhalten wieder, bietet das Möglichkeiten der emotionalen und kognitiven Auseinandersetzung. Die Figuren, Erzählungen und Deutungen stellen in vielerlei Hinsicht eine Erweiterung der eigenen Lebenswelt dar, die das Potenzial haben, Jugendlichen zur Ver- und Bearbeitung des eigenen Alltags zu

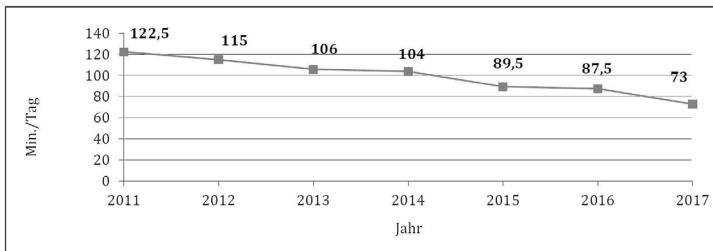
zum anderen, dass Medien keine Interaktivität bzw. Interaktion böten, in dem Sinne, dass sie »dem Sozialisanden nichts zurückspiegeln können« (ebd.: 15f.).

- 22 So wird bei der Interpretation von Studien, die sich quantitativ mit Mediennutzung beschäftigen, leicht übersehen, dass Medien zwar einen großen Teil der Lebenswelten der Subjekte begleiten, aber die non-medialen Aktivitäten dennoch in der Langzeitperspektive konstant die höchsten Werte in der subjektiven Relevanz der Individuen einnehmen. Auf den ersten Plätzen liegen mit deutlichem Abstand die Beziehungen mit Peers und Sport, wobei das (reale) Treffen mit FreundInnen an Bedeutung verliert (im Langzeitvergleich der JIM-Studie zwischen 2005 und 2015 um 10 %), Familienunternehmungen, Sport oder Musik verzeichnen dagegen einen Zuwachs. In Hoffmanns (2002) Studie zur Medienrezeption von Jugendlichen zeigte sich, dass diejenigen Jugendlichen, die im größten Umfang Medien nutzen, stark peerorientiert sind und sich viel mit ihrer Identitätsentwicklung beschäftigen: »Die Regressionsanalyse zeigt, dass Jugendliche, die sehr leistungsorientiert sind und sehr an der Entwicklung eines Selbstkonzeptes »arbeiten«, viel und lange Medien am Tag nutzen. [...] »Medienfreaks« sind zudem Jugendliche, die [...] sehr viel mit Gleichaltrigen unternehmen und sich mit ihnen austauschen.« (Ebd.: 231)

dienen: »[Den Medien, Anm. d. Verf.] kommt als integrativer Bestandteil des Alltagskontextes ein entscheidender inhaltlicher und dramaturgischer Anteil im Erfahrungs- und Erlebnisangebot für Kinder und Jugendliche zu, mit dem es gilt, sich auf der Basis des eigenen Vorwissens auseinanderzusetzen.« (Paus-Hasebrink 2010: 199) Die medialen Bilder und Texte, die häufig in stark dramatisierter und emotionalisierter Form inszeniert sind, erfüllen das Verlangen eines jugendspezifischen Hungers nach Intensität, starken Stimuli und Anschaulichkeit der Verhältnisse. Sie bieten Stimmungsschwankungen der Heranwachsenden ein Forum und Ausdrucksmöglichkeiten, faszinieren und befriedigen hedonistische Tendenzen der Adoleszenten. Figuren, parasoziale Beziehungen, Geschehnisse, Erfahrungen und Emotionen können Blaupausen, Projektionspotenzial, Identifikationsmöglichkeiten sein, in denen sich die Jugendlichen wiedererkennen oder neu kennen lernen, auch in Abwehr, Kritik oder Distinktion (vgl. Wegener 2003, Mikos 2004). Zudem bieten Medien vergemeinschaftende Funktionen, bspw. haben sie sich als „Helfer“ bezüglich Interaktion und Kommunikation mit Peers etabliert: Sie stellen zentrales Gesprächsthema unter Jugendlichen dar und bieten die Gelegenheit gemeinsamer kultureller Praxen oder Anlässe für Verabredungen und Unternehmungen.

Bis zu Beginn des 21. Jahrhunderts stellte das Fernsehen für die Jugendlichen das wichtigste Medium dar. Und nicht nur für die Jugendlichen: Seit Ende der 1950er Jahre war das Fernsehen in Deutschland unangefochtenes Lieblings-, Leit- und Massenmedium, unabhängig von Alter, Geschlecht oder Bildung. Mit der zunehmenden Etablierung der Online-Medien seit Beginn der 2000er Jahre verlor das (lineare) Fernsehen diese exklusive Stellung – insbesondere für Jugendliche, bei denen die steigende Popularität internetbasierter Medien primär und deutlicher als bei anderen Altersgruppen »zu Lasten« des Fernsehens geht. Dies zeigt sich bspw. im Medienverhalten: Trotz insgesamt steigendem für die Medien aufgewendetem Zeitbudget sank die durchschnittliche TV-Sehdauer der 14- bis 19-Jährigen von 122,5 Minuten in 2011 auf 73 Minuten in 2017 (vgl. Media Perspektiven Basisdaten 2013 und 2017).

Darst. 1: Tägliche TV-Sehdauer der 14- bis 19-Jährigen 2011 bis 2017, in Minuten (Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2013 und 2017; eigene grafische Darstellung)



Der Indikator Medienbesitz zeigt ein ähnliches Bild: Nach Smartphone und Laptop ist das Fernsehgerät die dritthäufigste »Hardware«, die die Jugendlichen ihr Eigen nennen. Insgesamt sagen 53 % der 12- bis 19-Jährigen aus, einen eigenen Fernseher zu

besitzen (-3 % im Vergleich zu 2017). Bei einer Betrachtung der Daten im Detail zeigt sich allerdings, dass diese Zahlen aufgeschlüsselt nach Altersgruppen deutlich variieren. So besitzen von den 18- bis 19-Jährigen 61 % ein eigenes Fernsehgerät. Von den 12- bis 13-Jährigen dagegen sind es 50 % und 48 % der 14- bis 15-Jährigen (vgl. JIM-Studie 2018). Das mag daran liegen, dass grundsätzlich mit steigendem Alter der Jugendlichen eine Steigerung des Gerätebesitzes zu verzeichnen ist. (Ergänzend) Ursächlich kann auch sein, dass die 18- bis 19-Jährigen noch zu den Jugendlichen gehören, in deren Sozialisation der Fernseher eine wichtigere Rolle spielt(e).

Mit Fokus auf TV-Rezeption und -Inhalte zeigt sich, dass der Lieblingssender von Jugendlichen Pro7 ist (33 %). Mit großem Abstand folgen auf Platz zwei und drei ARD (9 %) sowie ZDF und Sat.1 (jeweils 6 %) (vgl. ebd.). Lieblingsgenres der 13- bis 19-jährigen Mädchen sind Soaps (54,5 %) und Castingshows (50 %), Lieblingssendungen *Germany's Next Topmodel* (27 %) und *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (23,5 %). Die 13- bis 19-jährigen Jungen nennen als favorisierte Genres Sitcoms für Ältere (43 %) und Cartoons für Ältere (32,5 %), als Lieblingssendungen *The Big Bang Theory* (27 %) und *Die Simpsons* (24 %).

Grundsätzlich ist sich der Forschungskanon einig, dass Fernsehen aktuell speziell von Jugendlichen auf der einen Seite sehr stark themenzentriert und auf der anderen Seite flanierend genutzt wird. Auch muss mit der Verbreitung von Smartphones und anderen mobilen Devices eine zunehmende Parallelnutzung berücksichtigt werden in Form simultaner Internetnutzung bzw. simultanen Multiscreenings²³. Hier wird paradigmatisch sichtbar, wie schnell und eng sich Online-Medien²⁴ durch Merkmale wie potenziell globale Zugänglichkeit und Vernetztheit, Interaktivität und User Generated

-
- 23 Die ausschließliche Form der Nutzung, bei der das rezipierende Subjekt sich primär auf Inhalte eines einzigen Mediums fokussiert, gibt es kaum noch. Bbspw. gaben 2016 rund 70 % der 14- bis 29-Jährigen an, während des Fernsehschauens teilweise das Internet zu nutzen (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2016). Hier zeigt sich eine Tendenz, die generell für die Erfassung von Mediennutzung und -verhalten gilt und in der sich auch Makrophänomene der zunehmenden gesellschaftlichen Diversifizierung und Pluralisierung widerspiegeln (vgl. Kapitel 2.3.1): Im Allgemeinen wird es zunehmend schwieriger, Daten zu erheben und auszuwerten, da das Nutzungsverhalten stetig disperser, vielschichtiger und komplexer wird. Die Nutzung lässt sich im Zuge von Mediatisierung, Omnipräsenz, Komplementarität, Parallelität, Vielfalt der Medien nicht mehr ohne weiteres aufsplitten. In der Wissenschaft wurden im Versuch, die Vielschichtigkeit operationalisierbar zu machen, neue Termini eingeführt: Bspw. wird für die Parallelnutzung von Fernsehen und online-basierten Medien unterschieden zwischen inhaltsabhängigen Aktivitäten und inhaltsunabhängigen Aktivitäten auf den mobil genutzten Geräten. Inhaltsabhängige Second Screen Aktivitäten wiederum werden unterteilt in die drei Kategorien Information, Kommunikation und Interaktion.
- 24 Gekennzeichnet sind Online-Medien durch so starke Änderungsprozesse – technisch und inhaltliche –, wie vorher kein anderes Medium (vgl. Hasebrink/Lampert 2011). Durch diese permanenten Transformationsprozesse steht die Wissenschaft im Versuch, diese theoretisch bestimmen zu wollen, vor einer schwierigen Aufgabe. Es scheitert schon daran, eine einheitliche Bezeichnung zu finden. Auch eine allgemein akzeptierte Definition liegt bisher noch nicht vor (vgl. Alpar/Blaschke 2008). Im Diskurs sind zahlreiche Begrifflichkeiten vorhanden, von Internet, Online-Medien über Neue Medien, Social Media, soziale Netzwerke, Web 2.0, social network sites (SNS). Diese Begriffe umfassen wiederum vielfältige Anwendungen und Dienste, für die diverse Bezeichnungen kursieren: Soziale Netzwerkplattformen, Weblogs, Wikis, Multimedia-/Video- und Fotoplattformen, Microblogs, Foren, Instant Messenger, Feeds, File-Sharing-Plattformen.

Content in den Alltag der Jugendlichen integriert haben und wie selbstverständlich sie zur Jugendkultur gehören.

2.3.3 Medien + Sozialisation = Mediensozialisation? Jugendliche, Geschlecht, Körper und Medien

Kaum eine Fragestellung im Forschungsfeld Jugendliche und Medien kommt um die Bedeutung von Geschlecht herum: Geschlechteridentitäten, Geschlechternormierungen, Geschlechterzuschreibungen im Kontext von Mediensozialisation, »geschlechtsspezifische« Medienrezeption oder »geschlechtsstereotype« Bilder in den Medien – diese Themen stellen seit Ende der 1970er Jahre ein bedeutsames und ausführlich beforschtes Feld dar. Dies steht im Zusammenhang mit der generellen Relevanz, die in der Postmoderne dem »Doing Gender« im Rahmen der Identitätsentwicklung zugemessen wird und ohne die die Diskussion um vergeschlechtlichte Mediensozialisation nicht adäquat geführt werden kann.

Konsens im akademischen Diskurs ist die Annahme der grundlegenden (Aus-)Wirkung des Geschlechts auf die Subjektwerdung (vgl. Niederbacher/Zimmermann 2011). Aber die Debatte, dass das Geschlecht dabei keine »unabhängige Variable« darstellt und damit um gesellschaftliche Herstellung sozialer Rollen, ist eine vergleichsweise junge. Die Spannweite – und teilweise auch Schärfe – der Diskussion zeigt sich bereits in den verschiedenen Termini und der damit einhergehenden Deutungsmacht: Ob Geschlechterdifferenz, Geschlechtsabhängigkeit oder -spezifik, genderneutral, -bewusst oder -gerecht – es existiert und kursiert eine Vielfalt an Positionen, Diskursen und damit zusammenhängenden Begrifflichkeiten, die seit rund 50 Jahren ein heiß umkämpftes Feld markieren, zwischen und innerhalb von Disziplinen, zwischen AutorInnen, zwischen Empirie und Theorie. Ein Teil der Auseinandersetzung besteht inzwischen darin, den Entstehungs- und Entwicklungsprozess der verschiedenen Konzeptionen aufzuarbeiten. Demnach hielt die Erkenntnis, dass Unterschiede zwischen den Geschlechtern nichts (ausschließlich) genetisch-biologisch Bedingtes sind und damit die Hinwendung zum Konzept einer geschlechtsspezifischen Sozialisation²⁵, mit den 1970er Jahren Einzug in den wissenschaftlichen und öffentlichen Diskurs (vgl. El Siofi et al. 2008). Eine wichtige Rolle bei Untersuchungen zum Kindes- und Jugendalter spielte in diesem Zusammenhang bspw. die Frage, ob/wie durch geschlechtsspezifische Sozialisation Gender als sozial hergestelltes Geschlecht Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen (re-)produziert. Damit einher ging die Einsicht, dass existierende Ansätze – nicht nur im Bereich Identität – meist (implizit) auf einem androzentrischen Weltbild basierten und damit ein male bias, eine Verallgemeinerung des männlichen Modells, Teil des Diskurses war (vgl. Hagemann-White 1984). Die Theoretisierung von Geschlecht als (auch) gesellschaftlich konstruiert etablierte sich im Zusammenhang mit dem Ziel, eine »weibliche Perspektive« zu suchen und zu installieren. Auch

25 Hagemann-White (1984) zieht in einer Metaanalyse den oft zitierten Schluss, dass die Unterschiede *zwischen* den Geschlechtern i. d. R wesentlich geringer sind als die Unterschiede *innerhalb* eines Geschlechts.

am Konzept der geschlechtsspezifischen Sozialisation kam jedoch bald Kritik auf. Problematisiert wird vor allem, dass dabei ebenso wie in den traditionellen Theorien eine Fixierung von Geschlecht stattfindet, da »die Unterscheidung ›männlich/weiblich‹ zum nicht weiter diskussionsbedürftigen Ausgangspunkt einer Analyse« (El Siofi et al. 2008: 21) gemacht wird. Folge sei eine erneute Naturalisierung und Essenzialisierung, bei der die Geschlechterdichotomie fortgeschrieben wird durch die Prämisse »eines durch die geschlechtstypische ›weibliche Sozialisation‹ hervorgerufenen sozialen (weiblichen) Geschlechtscharakters« (ebd.: 22). Weiterer bedeutender Kritikpunkt ist, dass Ansätzen geschlechtsspezifischer Sozialisation meist eine Vernachlässigung der gesellschaftlichen Dimension inhärent ist. Dethematisiert wird dadurch die strukturelle Machtasymmetrie zwischen Männern und Frauen. Wieder verworfen wurde ebenfalls die in den 1970er Jahren etablierte Unterscheidung zwischen sex und Gender. Als Struktur- und Analyseketegorien in der feministischen Forschung und später auch in angrenzenden Forschungsfeldern sollten diese eine Abgrenzung zwischen biologischem und sozialem Geschlecht und darüber eine Entnaturalisierung von Geschlechtsidentität und Geschlechterrollen ermöglichen; vor allem durch den Verweis auf die sozialen Prozesse und die historische und kulturelle Gemachtheit von Gender, auf die Interdependenz – und Intersektionalität – mit weiteren Variablen sowie den damit zusammenhängenden Zuschreibungen, Wertungen, Hierarchisierungen und Diskursen. Insbesondere die Frauenforschung wirft jedoch in einer kritischen Rezeption dem Konzept vor, mit dem Fokus auf Gender als sozialem Konstrukt das Vorhandensein des biologischen Geschlechts als feststehend zu naturalisieren und dadurch »alltagsweltliche Vorstellungen der Zweigeschlechtlichkeit im Gewand wissenschaftlicher Argumente zu wiederholen.« (Bilden/Dausien 2006: 8) Eine der bekanntesten KritikerInnen ist die US-amerikanische Sprachwissenschaftlerin und Philosophin Judith Butler, die als Vertreterin eines dekonstruktiven Ansatzes auch das biologische Geschlecht als sozial hergestellt – und damit eben keine vordiskursive Gegebenheit – postuliert (vgl. Butler 1990, 1993). Nach Butler muss es darum gehen, auch das »Sex« zu analysieren als »no longer [...] a bodily given on which the construct of gender is artificially imposed, but as a cultural norm which governs the materialization of bodies.« (Butler 1993: 2f.) Sie rückt dezidiert die körperlichen Prozesse in den Fokus: Somatisches Erleben, Erfahrungen im Rahmen der Vergesellschaftung und die damit verbundenen Normierungen/Normalisierungen – erst die Diskurse produzieren mit Butler den Körper. Auf Subjektseite wiederum werden die Diskurse performativ-interaktiv aktualisiert, (re-)konstruiert, (re-)produziert. Damit ist auch die Binarität der Zweigeschlechtlichkeit keine feststehende, natürliche Tatsache, sondern das Ergebnis einer sozialen Hervorbringung von Geschlecht, die Butler im Zusammenhang mit Normen hegemonialer Heterosexualität sieht. Sie stellt grundsätzlich in Frage, Geschlecht definieren zu wollen. Mit ihren Arbeiten stieß Butler eine breite gesellschaftliche Debatte an. Inzwischen gilt in aktuellen Auseinandersetzungen mit Geschlecht als Common Sense, dass dieses nicht mehr als stabile biologische Determinante konzeptualisiert wird, aufgegeben ist das »ontologische Primat des Körpergeschlechts« (Lautmann 2015: 51). Die Zugehörigkeit zu einem Geschlecht wird vielmehr begriffen als »Geschlecht-Werden« im Sinne eines lebenslangen Prozesses der Herausbildung geschlechtlicher Identität (vgl. Bührmann et al. 2014) in Interaktion mit der Umwelt.

Symptomatisch werden hier die Verunsicherung und Ambivalenzen sichtbar, die rezente Diskurse prägen im Spannungsfeld von Bezeichnungen und konstruktivistischen Reformulierungen, dekonstruktivistisch und kritisch-emanzipativen Ansprüchen, Theorie und Praxis, Ideologien und praktischen Notwendigkeiten, zwischen theoretischer Auseinandersetzung und Praxis²⁶. Dasselbe gilt, wie in den Ausführungen dieser Arbeit deutlich geworden sein sollte, ebenso für Konzeptionen von Identität und Medienaneignung. In den Vordergrund rückt damit sowohl das Subjekt und dessen Aktivität – das *Doing* – als auch die damit zusammenhängende Performanz in Interaktionen sowie die Macht gesellschaftlicher Diskurse, die die Subjekte resignifizierend mitkonstruieren.

(Alltags-)praktisch, darauf weist der Forschungskanon hin, erfahren Mädchen und Jungen – wie auch Frauen und Männer – abweichende Selbstverhältnisse, Erwartungen und Anforderungen, ebenso wie auch strukturelle Ungleichheiten (bspw. in der Arbeitsmarktsegregation). Diese prägen Sozialisation und Identitätsarbeit (vgl. Schaufler 2003), und auch wenn sie sich selbstverständlich nicht für alle Subjekte auf die gleiche Art und Weise manifestieren, bieten sie in ihrer Gesamtheit einen wichtigen Zugang für ein besseres Verständnis des *Doing Gender*. Als empirisch belegt gilt bspw., dass Mädchen und Jungen von Geburt an unterschiedliche (Körper-)Erfahrungen erleben. So zeigen sich in der Untersuchung von Brandes et al. (2016) erhebliche Differenzen im Verhalten von pädagogischen Fachkräften in Abhängigkeit davon, ob sie mit Jungen oder Mädchen interagieren, bspw. auf der kommunikativen Ebene: Mit Mädchen wird demnach eher »persönlich-beziehungsorientiert bzw. narrativ und assoziative Phantasien einschließend« (ebd.: 159) gesprochen, mit Jungen stärker »sachlich-gegenstandsbezogen und funktional« (ebd.). Paradigmatisch sichtbar werden die Differenzen auch in aussehens-/körperbezogenen Anrufungen und Einschreibungen. In Studien der letzten Jahrzehnte wurde bspw. wiederholt sichtbar, dass Körpererfahrung, Raum und Bewegung(-sradius) für Mädchen eher eingegrenzt, bei Jungen eher gefördert wird (vgl. Schaufler 2003). Auch zeigen Untersuchungen immer wieder, dass das eigene Aussehen für Mädchen eine andere, nämlich bedeutendere, Rolle einnimmt als für Jungen (vgl. u. a. Bauer/Sonnenmoser 2000, Boeger 2000).

Auch die Anrufungen an und Einschreibungen in Geschlecht, die Jugendliche im Rahmen ihres Medienhandelns (re-)produzieren, unterscheiden sich empirisch nachweislich zwischen Jungen und Mädchen. Die Geschlechterforschung hat – ebenso wie in Bezug auf geschlechtsspezifische Sozialisation – auf das Problem der Naturalisierung von Geschlecht und der Defizitperspektive auf Frauen/Mädchen hingewiesen, das vielen dieser Untersuchungen inhärent ist. Dennoch soll in dieser Arbeit nicht darauf verzichtet werden, einen kurzen Überblick zum Forschungsstand zu medialen Repräsentationen von Geschlecht und deren Aneignung zu geben²⁷. Denn trotz der o. g. Pro-

26 Dasselbe gilt, wie in den Ausführungen dieser Arbeit deutlich geworden sein sollte, ebenso für Konzeptionen von Identität und Medienaneignung.

27 Dabei soll es nicht um eine umfassende Synopse gehen, denn es ist nicht Ziel dieser Arbeit, die Forschungen in detail wiederzugeben oder zu systematisieren. Daher wird weder auf die jeweiligen disziplinären Bezüge der Forschungen eingegangen noch werden diese in ihrer Rezeption eingeordnet. Ziel ist es, einen Einblick in den Facettenreichtum der Thematik zu geben und einen allgemeinen Eindruck zu vermitteln, mit welchen Fragestellungen sich die Wissenschaft im Kon-

blematisierungen für die theoretische Ebene ist davon auszugehen, dass Geschlecht faktisch in der (Medien-)Sozialisation als Ordnungsprinzip fungiert und funktioniert: Jugendliche wachsen auf in gesellschaftlichen Verhältnissen, in denen Geschlechtlichkeit Praxen und Rationalitäten eingeschrieben ist und Subjekte entsprechend angerufen und vergesellschaftet werden.

Grundsätzlich ist zu problematisieren, dass bei empirischen Forschungen häufig keine Trennschärfe herrscht zwischen medienseitig-inhaltsanalytischen Studien, die die Medientexte beforschen, und Untersuchungen der Rezeption/Aneignung. Auffallend ist die Unhinterfragtheit, mit der viele Arbeiten eine Kausalwirkung voraussetzen zwischen Männer-/Frauenbildern in Medientexten und der Übernahme dieser durch die RezipientInnen. Dies impliziert die Annahme von quasi »gleichgeschalteten« RezipientInnen, die die Medientexte unreflektiert übernehmen und reproduzieren (vgl. Kapitel 2.2). Die folgende Darstellung trennt bewusst zwischen medien- und rezeptionsorientierten Untersuchungen. Gesondert werden die Forschungen zu Online-Medien dargestellt, da diese insofern hybrid sind, als dass die NutzerInnen von Bildern auch gleichzeitig deren ProduzentInnen sein können.

Zu den Darstellungen von Männern-/Jungen- und Frauen-/Mädchen-Bildern in den Medien liegt eine Vielzahl empirischer Studien vor. Es fällt auf, dass die Mehrheit in den letzten Zehnerjahren des 20. Jahrhunderts und den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts entstanden. Mehrheitlich untersuchen sie bild-/inhaltsanalytisch Zeitschriften, Werbung und das Fernsehen. Fast alle Forschungen haben den gleichen Tenor: Konsens ist, dass die dargestellten weiblichen und männlichen Bilder vorwiegend die dominanten Diskurse und Machtverhältnisse affirmieren, da sie »klassische« Geschlechterstereotype (re-)produzieren (vgl. u. a. Bechdorf 1999, Holtz-Bacha 2008, Baumann 2010, Klaus/Lünenborg 2013, Hoffmann 2018); ein Wandel der Inszenierungen vollzieht sich nur langsam. Ein Ungleichverhältnis zeigt sich bereits rein quantitativ in der Darstellungshäufigkeit von Frauen und Männern in den Medien: Diverse Studien belegen wiederholt, dass weibliche Medienfiguren deutlich seltener vorkommen als männliche (vgl. Götz 2007, 2013). Immer wieder gezeigt wird außerdem, dass insbesondere die weiblichen Personen medienübergreifend wesentlich stereotyper dargestellt und in ihren Verhaltensmustern und typischen Interaktionskontexten einseitiger inszeniert sind. Häufig zitiert ist die Studie von Küchenhoff et al. (1975). Die Forschungsgruppe zeigt in ihrer empirischen Untersuchung der »Darstellung und Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen«, dass Frauen einerseits deutlich unterrepräsentiert sind und in ihrer Sichtbarkeit das Aussehen die primäre Rolle spielt. Zu einer ähnlichen Bilanz kommt 18 Jahre später auch Weiderer (1993) in ihrer Arbeit zum Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen. Weber (1991) zieht aus ihrer Untersuchung von Mädchenzeitschriften den Schluss, dass die dominanten Themen auf das äußere Erscheinungsbild von Frauen sowie »Zwischenmenschliches« beschränkt bleiben. Als vorherrschend bei den redaktionellen Inhalten wie auch der Werbung resümiert Weber die

text von Medien und Geschlecht beschäftigt und auf welche Erkenntnisse der gegenwärtige Diskurs referenziert (für einen ausführlichen Überblick vgl. Hoffmann 2018). Die Forschungsschwerpunkte und fokussierten Ergebnisse können zudem als Anhaltspunkt gesehen werden, der darauf verweist, welche Momente die Gesellschaft jeweils bewegen.

Bereiche Körper- und Schönheitspflege sowie Freizeitgestaltung. Und: Eine Möglichkeit der Emanzipation bilden Zeitschriften für Mädchen/Frauen nur in den Bereichen Freizeit und Konsum ab. Auch Schorb et al. (1996) zeigen in ihrer Analyse zur Repräsentation Jugendlicher in Jugendzeitschriften, dass die Darstellungen der Geschlechter mehrheitlich traditionell sind. Männliche Jugendliche werden stärker außenbezogen vorgeführt, sie »bewegen sich in der Welt« und haben mit »gesellschaftspolitischen Fragen, Freizeit und Abenteuer« (ebd.: 53) zu tun. Weibliche Jugendliche dahingegen werden als auf sich selbst bezogen gezeigt, »beschäftigen sich vorrangig mit »typischen« weiblichen Themen: mit Zweierbeziehungen und mit Aussehen, Outfit und Körperlichkeit« (ebd.). Klaus (1998) fasst in einer Metaanalyse die Erkenntnisse zum Frauenbild im deutschen Fernsehen dahingehend zusammen, dass hier eine stärkere Trivialisierung der Frau als des Mannes offensichtlich wird. Diese zeigt sich nach Klaus darin, dass die Darstellung von Frauen auf einen begrenzten Rahmen von Lebensmustern beschränkt bleibt und größtenteils traditionell assoziierte Charaktereigenschaften, Kompetenzen und Fertigkeiten gezeigt werden. Als hervorstechendstes Merkmal von Frauen wird ihr Äußeres inszeniert, so Klaus. Auch für TV-Kindersendungen weisen Untersuchungen unterschiedliche Geschlechterrepräsentationen nach.

Der in Bezug auf weibliche Medienfiguren am häufigsten beforschte Bereich befasst sich mit dem Äußeren sowie mit Körperlichkeit und Sexualität von Frauen in Medientexten. Scarbath et al. (1994) untersuchten mittels bild-/inhaltsanalytischer Fallstudien die Darstellung von Sexualität und Geschlechterrollen in Privatsendern. In ihrer Arbeit zeigte sich, dass Sexualität meist aus einer voyeuristischen Perspektive dargestellt wird, die die AutorInnen als männlichen Blickwinkel kennzeichnen. Grogan (1999) kommt in ihrer Untersuchung von medialen »body images« zu dem Ergebnis, dass das Aussehen von Frauen stärker restringiert ist als das von Männern. Ihr Äußeres wird demnach deutlich stereotyper inszeniert. Zudem nimmt die Attraktivität von Frauen in den Inszenierungen einen höheren Stellenwert ein als die von Männern. Eine Vielzahl von Studien beschäftigen sich mit dem Body-Mass-Index weiblicher Medienfiguren. Hier besteht Konsens darüber, dass ein großer Teil der Frauen, die in Medien gezeigt werden, einen BMI besitzen, der Untergewicht entspricht (vgl. u. a. Tovée et al. 1997, Katzmarzyk/Davis 2001). In ihrer Untersuchung US-amerikanischer Fernsehsendungen kommen Thompson et al. (1999) zu dem Ergebnis, dass bei attraktiven weiblichen Medienfiguren das Aussehen vornehmlich mit positiven Persönlichkeitseigenschaften konnotiert ist, unattraktive Figuren dagegen werden negativ dargestellt. Demgemäß konstatiert auch Schemer (2006):

»Über die bloße Darstellung physisch attraktiver Medienpersonen hinaus hat körperliche Attraktivität stets einen funktionalen Wert: Attraktive Medienakteurinnen werden als erfolgreich und diszipliniert präsentiert, sie erleben eher romantische Beziehungen als unattraktive Medienpersonen, werden moralisch besser bewertet und am Ende eher belohnt.« (Ebd.: 13)

Auch Lukesch et al. (2004) bezeichnen als einen der deutlichsten Unterschiede der medialen Darstellungen von Frauen und Männern das äußere Erscheinungsbild: »Frauen werden als jünger, modebewusster, gepflegter, attraktiver und allgemein ausgestattet mit angenehmeren sozialen Attributen präsentiert.« (Ebd.: 12) Zu einem analogen Er-

gebnis kommen Jäckel et al. (2009) in ihrer Untersuchung von Werbeanzeigen in Zeitschriften: Die AutorInnen konstatieren, dass größtenteils stereotype Ideale inszeniert werden. Besonders hervor heben Jäckel et al. die Anzeigen in Frauenzeitschriften, die ein besonders enges »Schönheitskorsett« (ebd.: 56) für weibliches Aussehen darstellen. Partiiell erkennen die AutorInnen aber auch Brüchigkeiten in den Darstellungen, insbesondere, wenn die Zielgruppe eine jüngere ist. Neben den bereits angeführten Erkenntnissen konstatiert vom Orde (2013) zur Darstellung weiblicher Körper in digitalen Spielen eine »Hypersexualisierung«, die sich abbildet in einer »Überformung weiblicher Geschlechtsmerkmale« (ebd.: 14). Bestätigt werden diese Erkenntnisse auch in Bezug auf das Äußere von Medienfiguren im Kinder- und Jugendfernsehen von den Untersuchungen des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) (vgl. u. a. Götz 2002a, 2003, 2007). Kritisch hervorgehoben wird darüber hinaus, dass diese weiblichen Medienbilder zu selbstverständlich wirken und die »schönen, überschulken und attraktiv hergerichteten Menschen der Normalfall« zu sein scheinen (Götz 2002a: 285). Die vom Stereotyp divergierenden Figuren bleiben auf diese Weise bloße Abweichungen bzw. Ausnahmen, so die Autorin, anstatt zu einem ästhetischen Muster beizutragen, das mehr in Richtung Durchschnitt und Mittelmaß tendiert (vgl. Götz 2002a, 2003).

RezipientInnenorientierte Forschungen untersuchen Medienhandeln und -aneignung von der Subjektseite her. Ergänzend kontextualisiert werden die Untersuchungen teilweise durch eine gesellschaftstheoretische Einbettung, die Medieninhalte ebenso wie Sozialisation geprägt sieht durch hegemoniale Diskurse. Auf Medieninhalte wird dabei meist referenziert als »vorbildhaftes Material«, das »attraktive und zugleich wertend-normierende Lebensentwürfe« (Kahl 2013: 172) zur Verfügung stellt. Einige Forschungen verbinden inhaltsanalytische Untersuchungen von Medientexten mit Befragungen von RezipientInnen. Daneben gibt es Untersuchungen, die sich ausschließlich auf RezipientInnen-Befragungen stützen. Bei beiden Herangehensweisen lässt sich problematisieren, dass hergestellte Zusammenhänge zwischen Aussagen der Befragten und Medieninhalten, aber auch die »Richtungen« möglicher Kausalwirkungen nie eindeutig bestimmt werden können. Oder wie Hoffmann (2017) zum potenziellen Zusammenhang von Medienrezeption und Aneignung von Körperbildern schreibt: »Der Subjekt-Körper interagiert mit medienvermittelten Körpern, aber eben nicht ausschließlich, was die Erforschung der Aneignung von Körperwissen und von Verkörperungen insbesondere über einen längeren Zeitraum respektive in biografischer Perspektive erschwert.« (Ebd.: 3)

Empirische rezeptionsorientierte Studien kommen übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass soziodemographische Variablen auf das Medienhandeln einen großen Einfluss haben, so auch das Geschlecht (vgl. Kapitel 2.3.2). Bezogen auf die rezipierten Inhalte verweist eine Vielzahl von Studien darauf, dass jugendliche Mädchen und Jungen feste Vorlieben haben²⁸. Marci-Boehncke/Rath (2007) konstatieren gar ein Themenprimat: Für Jungen nennen die AutorInnen eine Vorliebe für gewalt- und actionhaltige Medieninhalte, für Mädchen empathieorientierte Medieninhalte. Außerdem zeichnet

28 Diese Unterschiede weisen Studien bereits für das Kinderalter nach (vgl. u. a. Knobloch und Fritzsche 2004, Flimmo Kinderbefragungen 2006, 2007 und 2014, Götz 2007).

sich in der Untersuchung ab, dass Mädchen Medien präferieren, die »ihren Bedürfnissen nach Kommunikation und Beziehungsinteresse entgegen kommen« (ebd.: 240). Ähnliches stellt Wegener (2008a) in ihrer Untersuchung zu Medienpersonen im Alltag Jugendlicher fest. Sie kommt zu dem Schluss, dass Mädchen und Jungen unterschiedliche Bedürfnisse an die Medienfiguren haben. Für Mädchen gilt demnach, dass sie

»im Umgang mit medialen Bezugspersonen vor allem soziale Identität erproben und sich selbst im Umgang mit dem medialen Gegenüber ausprobieren [...]. So suchen Mädchen mediale Bezugspersonen deutlicher als Jungen im fiktionalen Bereich der Filme und Serien, in denen die Protagonisten als Handlungsträger sozialer Interaktion dargestellt werden.« (Ebd.: 385)

Viele subjektseitige Studien zu Medien und Geschlecht beschäftigen sich mit Ess- und Körperbildstörungen. Es fällt auf, dass – ebenso wie die medienseitigen Forschungen – viele der Untersuchungen im Sinne der Kultivierungshypothese oder der Theorie des sozialen Vergleichs argumentieren, primär mit negativen Einflüssen der Medientexte auf das Körper selbstbild oder der Internalisierung von aussehensbezogenen Normen. Ein großer Teil der Forschungen kommt zu dem Ergebnis, dass ein Zusammenhang zwischen der Rezeption von attraktiven weiblichen Medienfiguren und der Entwicklung von Essstörungen besteht²⁹. Bspw. verweisen Kluge/Sonnemoser (2000, 2001) in ihrer Untersuchung darauf, dass etwa die Hälfte der Frauen sich »in ihrem Geschmack von den Medien beeinflussen« (Kluge/Sonnemoser 2000: 3) lassen. Auch die Häufigkeit der Körpergewichtskontrolle sehen die AutorInnen beeinflusst von »der Orientierung an Personendarstellungen in verschiedenen Medien.« (Ebd.: 5) Als besonders empfänglich für mediale Darstellungen verweisen die Ergebnisse der Studie auf junge Frauen, die sich »von Zeitschriften, Katalogen, Filmen und Fernsehen beeinflussen [lassen], wie sie aussehen sollten.« (Kluge/Sonnemoser 2001: 3) Schemer (2006) nennt in seiner Zusammenfassung der Ergebnisse experimenteller Studien als »Folgen der Konfrontation mit attraktiven Medienpersonen« (ebd.: 4) für Frauen: verzerrte Wahrnehmung des eigenen Körpers als zu dick, geringere Zufriedenheit mit dem eigenen Körper, negative Gefühle wie Schuld, Scham oder depressive Stimmung, geringere Einschätzung der eigenen Attraktivität, geringeres körperbezogenes Selbstwertgefühl, ausgeprägtes Schlankheitsbedürfnis (vgl. ebd.: 14).

Weitere Facetten trägt die internationale Forschung zu diesem Diskurs bei. Bspw. zeigt sich in der Studie von Granatino/Haytko (2013), dass »Hispanic females« ihr Selbstbewusstsein und Körper selbstbild am stärksten beeinflusst sehen durch Medientexte, gefolgt von »White females«. »Black females« dagegen berichteten über keinen Einfluss. Mills/Shannon/Hogue (2016) resümieren in ihrer Meta-Analyse im Hinblick auf die Frage eines bidirektionalen Zusammenhangs von Medienpräsenz und

29 So gut wie alle Forschungen weisen darauf hin, dass trotz konstatierter Zusammenhänge die Medienrezeption nicht die einzige Einflussgröße auf die Einstellung zum eigenen Körper ist. Beispielsweise sei Schemer (2006) angeführt, der als weitere Variablen, die die »Anfälligkeit für negative Medienwirkungen« erhöhen, nennt: »hohe interpersonale Anziehung und Identifikation mit schlanken Medienakteurinnen/-akteuren, geringes Selbstwertgefühl und mangelnde soziale Unterstützung aus dem interpersonalen Umfeld, bestehende Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper oder Symptome von Ess-Störungen, Motive der Mediennutzung« (ebd.: 4).

Körperunzufriedenheit, dass Menschen, die mit ihrem Äußeren unzufrieden sind, mehr Zeitschriften oder Online-Videomedien rezipieren, die idealisierte und dünne Körperbilder zeigen und weniger Medien, die keinen Bezug zum Thema Aussehen haben. Als Erklärung vermuten die Autorinnen: »people who are unhappy with their appearance turn to the media that feature thin, beautiful models, possibly for advice or information, or to see advertised products aimed at bringing aspects of one's appearance closer to the perceived ideal« (ebd.: 150).

Auch für Online-Medien gibt es einige Untersuchungen, die sich mit aussehensbezogenen Inszenierungen auseinandersetzen. Die Online-Medien stellen insofern einen Hybrid dar, als dass NutzerInnen von Inhalten potenziell auch deren ProduzentInnen im Sinne von peer-to-peer sind³⁰. User-generated Content als weitestgehendes Alleinstellungsmerkmal der Online-Medien erfährt hier besondere Beachtung, vor allem in Form visueller Inhalte. Die auf Social Media (Plattformen) eingestellten Bilder stellen eine soziale Praxis dar, die auf die Beziehung des/der Bildproduzierenden zum Abgebildeten wie auch zum/zur Betrachtenden verweist. Visuelle Selbstdarstellung und die dazugehörigen Narrationen sind als alltagsweltliche Kommunikationspraxen in der zeitgenössischen Gesellschaft immer stärker und selbstverständlicher Teil von Subjektivierung und Selbsttechnologien, dank der Hard- und Software – bspw. mobile Devices, Bildbearbeitungs-Apps – verlangt die visuelle Selbsthervorbringung und -bearbeitung kein Expertenwissen mehr. Jugendliche NutzerInnen eignen sich mit Vergnügen die entsprechenden Praktiken an, erproben sie und nutzen die Bilder für Interaktion, Kommunikation und Austausch mit den Peers (vgl. Tabti 2015). Thema vieler Untersuchungen insbesondere im angloamerikanischen Sprachraum sind Selfies als Phänomen, das eng mit der Entwicklung der Social Media verknüpft ist. Vielfach analysieren AutorInnen diese als Kristallisationspunkt, an dem sich Subjektivierungsprozesse (Warfield 2014), vergeschlechtlichte (Albury 2015, Hampton 2015) und queere Praxen (Vivienne 2017), Selbstermächtigung für marginalisierte Gruppen (Nemer/Free-man 2015) oder psychische Dispositionen wie Selbstwertgefühl (Barry et al. 2017) paradigmatisch erkennen lassen. Dabei weisen die Erkenntnisse bezüglich der visuellen Darstellungen und Inszenierungen der in Social Media-Kanälen geteilten Fotos auf spezifisch-vergeschlechtlichte Strategien hin. Bspw. zeigen Astheimer et al. (2010), dass Jugendliche in ihren Profilbildern häufig Posen einnehmen, die den Gestus von Prominenten imitieren und die sich an hegemonialen Männlich- und Weiblichkeitsdiskursen orientieren. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen auch die WissenschaftlerInnen des FEMtech-Forschungsprojekts imaGE 2.0 (Knoll et al. 2013), die sich mit der Selbstdarstellung von österreichischen Jugendlichen in digitalen Medien beschäftigten. In ihrer Studie zeigte sich, dass Mädchen sich eher als natürlich darstellen während Jungen Wert darauf legen, ihr Aussehen als Leistung zu inszenieren.

Mit der Entwicklung des Web 2.0 wurde vielfach die Hoffnung verbunden, dass die zumeist stereotypisierten Repräsentationen – neben dem Geschlecht gilt dies selbstverständlich auch in Bezug auf u. a. Ethnie, Religion, sexuelle Orientierung – in den Medien aufgebrochen werden. Im Gegensatz zu bspw. Fernsehen oder Büchern, in denen NutzerInnen i. d. R. keine ProduzentInnen sind, ist es mit den Online-Medien für

30 Hier soll nicht auf Semiprofessionelle und InfluencerInnen Bezug genommen werden.

Jugendliche wesentlich einfacher und selbstverständlicher, Inhalte zu erstellen und zu teilen. Aktuell geschieht dies größtenteils im persönlichen Umfeld mit FreundInnen, Kontakten aus sozialen Netzwerken, Familie. Dennoch suchen viele jugendliche UserInnen den Weg in die breitere Öffentlichkeit, indem sie öffentliche Kanäle, Blogs, Profile erstellen. Oder sie rechnen zumindest damit, dass persönliche Informationen in Form des produzierten Contents ihren Weg in die Öffentlichkeit finden können, wenn Videos, Fotos, Texte vernetzt, weitergegeben, von anderen modifiziert, kommentiert u. ä. werden und diese über Privatsphäre-Einstellungen nicht bewusst geschützt werden. Mit der Globalisierung und Demokratisierung durch das Internet, der vereinfachten Möglichkeit, selbst Medieninhalte zu produzieren und öffentlich zu machen, können Medien(-texte) machtvolleres Potenzial bieten, »reale« Diversität sichtbar zu machen. Anhand von Lifestyle-/DIY-Blogs zeigt sich jedoch pars pro toto die Entwicklung, die in den sozialen Netzwerken allzuhäufig stattfindet: Diese Bereiche sind die hauptsächlichen, in denen Frauen als Produzentinnen und Protagonistinnen/Handlungsträgerinnen dominieren (vgl. u. a. Schmidt 2017) – allerdings entsprechen die Repräsentationen hier häufig einem konservativen Frauenbild. Problematisiert insbesondere von der Frauenforschung werden auch Leistungsdiktat, Kompetenzzwänge und Perfektionismus, die häufig subtil als selbstverständlich und mühelos inszeniert werden. Prägnant beschreibt dies die Journalistin Nina Scholz (2014):

»Junge Frauen, die auf den ersten Blick modern wirken, führen alte Rollenbilder auf, sie zementieren sie sogar. [...] Der Mythos der alleskönnenden Superfrau bekommt damit eine neue Dimension und führt zu ernstem Stress, nicht nur für die Betrachterinnen solcher Blogs und Bilder, sondern auch für die Produzentinnen. [...] Es scheint ein stilles Abkommen zu geben, dass Frauen andere Frauen im Netz nicht allzu deutlich kritisieren. Das ergibt punktuell auch durchaus Sinn, gerade in strategischer Hinsicht. [...] Es scheint aber auch ein hartnäckiges Missverständnis zu geben, dass alles, was von Frauen im Internet produziert wird, automatisch irgendwie feministisch sei. Auf Lifestyleblogs trifft freilich eher das Gegenteil zu, mögen sie auch noch so »frech« designed daherkommen. [...] Insofern verweist der Boom der weiblich geführten Lifestyleblogs auf die alte Parole ›Das Private ist politisch‹.«³¹

Anhand der Lifestyle-Blogs lässt sich paradigmatisch der Foucaultsche Gouvernement-Begriff und die machtvolle Verschränkung von Selbsttechnologien, medialen Diskursen und gesellschaftlichen Anrufungen nachzeichnen. Eine Thematisierung, Kritik, Infragestellung der dominanten Diskurse und Machtverhältnisse auf struktureller Ebene findet i. d. R. nicht statt.

2.4 Synthese: Neoliberale Körper im analogen und digitalen Raum

Wie in den vorangegangenen Abschnitten dieses Kapitels skizziert, stellt der geschlechtliche Körper ein »kulturelles Produkt« dar, das für Prozesse der Subjektivierung, deren Codierung und Decodierung, einen wesentlichen Referenzpunkt bildet.

31 <https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/jimmer-das-gleiche-strickmuster>, Stand 11.2. 2019.

Körper(-lichkeiten), das Äußere und aussehensbezogene Selbsttechnologien sind »maps of meaning and power« (Bilden 2009: 4). Mit dem Foucaultschen Blick sind Körper in der gouvernementalen Gesellschaft Zentrum spezifisch-kontemporärer Zu- und Einschreibungen, an denen und von denen aus Macht wirksam wird, auf die

»Kräfte der Normalisierung und Disziplinierung sowie die der Selbsttechnologien – der Fremd- und der Selbstformung einwirken und in dem die gesellschaftlichen Mikro- und Makrostrukturen wie in einem Scharnier aufeinander treffen.« (Strüver 2011: 4)

Beim »Doing Body« – bzw. »Doing Appearance« – zeigt sich paradigmatisch der Foucaultsche Gedanke der Regierungstechnologien: Subjekte disziplinieren und führen ihren Körper in der neoliberalen Gesellschaft scheinbar selbstständig. Gerahmt – in Form eines Möglichkeitsfeldes – ist die Selbsthervorbringung von (machtdurchzogenen) gesellschaftlichen Strukturen. Diese Normalfelder sind nichts Präskriptives, sondern »menschengemacht« – Subjekte resignifizieren in ihren Handlungen das Machtfeld des empirisch Normalen in Form einer »ständigen und wiederholten Aufrufung der Regeln« (Butler 1991: 212), (re-)produzieren so hegemoniale Diskurse und materialisieren sie in Praxen. Wie Judith Butler in »Körper von Gewicht« (1993) ausführt, gelangen diese Strukturen/Diskurse durch performative repetitive Akte der Subjekte in einen Prozess der Materialisierung.

Ob unreflektierte Inszenierung, performativer Akt oder beabsichtigte Nicht-Inszenierung – das Aussehen stellt in der Gegenwartsgesellschaft eine Ressource dar wie andere entscheidende Symbolsysteme der menschlichen Kultur und wichtiges Medium der Kommunikation (vgl. Reinacher 2010). Das Äußere von Subjekten funktioniert als Code, es kann nicht *nicht* zu anderen sprechen. Es ist im Neoliberalismus stärker denn je Ausstellungsstück des einzelnen Subjekts und gleichzeitig sichtbar gewordene Einschreibung in soziale Strukturen und Machtverhältnisse. Denn – und das ist ein zentrales Kennzeichen neoliberal-individualisierter Gesellschaften – das Äußere erscheint als freigesetzte, formbare Ressource, die (so gut wie) keinen äußeren Determinanten mehr unterliegt. Kein Adel, keine Standeszugehörigkeit scheint mehr vorzuschreiben, wie sich Subjekte selbst führen und ihr Äußeres gestalten. Damit geht einher, dass Subjekte in höherem Maße verantwortlich und damit in der Rechenschaft für ihr Äußeres sind: Aussehensbezogene Attribute werden dem Subjekt zugeschrieben und entsprechend referenziert auf dessen Selbstformierung. Hinzu tritt die Erwartungshaltung, der Anspruch und damit auch der Zwang zu Selbstverwirklichung, Reflexivität und Selbstfindungsprozessen. Subjektivierung stellt auf diese Art gedacht durchaus einen Kampf dar, ein Ringen im Rahmen der Ambivalenz, die die Folgen gesellschaftlicher Transformationen der reflexiven Moderne mit sich bringen: Mit Optionsvielfalt geht Uneindeutigkeit einher, die unablässige Sichtbarkeit der Vielzahl an konkurrierenden Wahlmöglichkeiten führt zu einer permanenten Identitätsarbeit am Körper. Die Möglichkeit der Selbstverwirklichung fällt mit Druck zur Einzigartigkeit zusammen; Enttraditionalisierung lässt Verlust von sinnstiftenden Bindungen zu; Pluralisierung der Lebensstile nötigt zur kontinuierlichen Sichtbarmachung der Selbstverortung; Ich-Verwirklichung ermöglicht überhaupt erst den Maßstab der Selbstoptimierung in allen Lebensbereichen. Neoliberale Subjekte sind

aktiv aufgefordert, sich in jedem Lebensbereich zu positionieren, Identität herzustellen und aufzuführen, die intelligibel ist, um dadurch Gesellschaftsfähigkeit zu erreichen, »Lesbarkeit und Eingliederung in die kulturelle Ordnung« (vgl. Duttweiler 2003). Sich selbst zu verwirklichen als Ziel einer gelingenden Biographie, ist insofern ein Maßstab, den die kontemporäre Gesellschaft hervorgebracht hat.

Die Normierungen und (Selbst-)Normalisierung gehen – wie alle Selbsttechnologien – i. d. R. unhinterfragt und unreflektiert vor sich. Das Postulat von Eigenverantwortlichkeit und Selbstführung und daran geknüpft das Bewusstsein von Machbarkeit (vgl. Steinicke 2013) sowie die daraus resultierenden Verpflichtungen und Erwartungen gehören in der Gegenwartsgesellschaft zum internalisierten Wissensbestand – so auch das Aussehen betreffend. Insofern (er-)scheinen Körpertechnologien – sei es in Form adäquater Bekleidung, Körperrasar oder sportlicher Betätigung – als freiwillige, selbstgewählte Praxen, die nach eigenen Vorlieben mit dem Leitgedanken »Ich mache es aus eigenem Antrieb und für mich selbst« vorgenommen werden. Dieses Phänomen bezeichnet Degele (2004) als *Ideologie des Schönheitshandelns als privater Angelegenheit* (ebd.: 151 ff.).

Trotz der postmodernen, scheinbaren Vielfalt unterliegen die Körperstilisierungen in der Normalisierungsgesellschaft engen Vorgaben. Denn beim Aussehen von Subjekten geht es nie allein um die »Kultivierung ästhetischer Eigenschaften« (Förster 2019: 109), auch wenn in der Auseinandersetzung um Schönheitsideale teilweise so getan wird, als wäre Schönheit etwas Transzendental-Universales oder auf der anderen Seite vollkommen subjektiv. In dem, was Subjekte als ideale/normalisierte Maßstäbe betrachten, drücken sich stets »Werte, Normen und diskursive Praktiken« (ebd.) aus. Körper und Aussehen sind zutiefst durch die sozialen Bezüge, in denen diese bestehen, geprägt und gestaltet und wirken – ganz im Foucaultschen Sinne der Regierungstechnologien – an der Gestaltung dieser Bezüge mit: »Am Körper dokumentiert sich die soziale Ordnung, an deren Herstellung er beteiligt ist.« (Hahn/Meuser 2002: 8) Die wirtschaftlich-effizienten Maßstäbe, die die inter- und intrasubjektive Beziehungen (vgl. Kapitel 2.1.2) bestimmen, die ökonomischen Leitlinien, die regulierendes Prinzip für Handlungen, Anreiz und Maßstab für die Subjektivierung darstellen, betreffen auch und ganz besonders Positionierung und Lesart des Körpers. Diese Wechselseitigkeit bildet die Basis für das, was in gouvernementalen Gesellschaften als Ideal bzw. in der Foucaultschen Terminologie als normalisiert gilt. Die Erreichung des hegemonialen Normalen in Form eines *Fitting in and sticking out* bildet sich ab in »Kompetenzzwängen« (Degele 2004) bezüglich der eigenen Selbstführung, insbesondere der sichtbar gewordenen Subjektivierung in der Darstellung über den Körper. Denn im Aussehen materialisieren sich immer (auch) Werte, und in der freigesetzten, individualisierten Gesellschaft werden diese Materialisierungen stärker als je zuvor rückgekoppelt an die Identität und die Subjektivierungsleistung des Subjekts. Die somatisch und vestimentär sichtbaren Ergebnisse der Subjektivierung – angestrebt gilt bspw. Schlankheit, Sportlichkeit, Gepflegtheit – stellen heute einen Aus- und Beweis dafür dar, wie weit selbstoptimiert die hegemonialen Maximen umgesetzt werden, wie diszipliniert sich das einzelne Subjekt anhand des ökonomischen Wissens selbstverantwortlich führt, in seinen Körper investiert und zeitgenössische Ideale wie Aktivität, Dynamik, Effizienz, Flexibilität, Disziplin erarbeitet und verkörpert. Die Bearbeitung des Körpers als Optimierung hin auf den

Norm(al)körper wird so zur Verpflichtung: Die Freigabe des Körpers verbindet sich mit neuen Zwängen zur Herstellung eines »richtigen Körpers« (Antoni-Komar 2001: 18). Der *ideale Normalkörper* im Neoliberalismus gibt dementsprechend neoliberale Ideologien wieder, er konstatiert und produziert Normalitäten. Ein Beispiel für diese Normalisierungen stellt die Schlankheitsnorm dar –, die in neoliberalen Gesellschaften der westlichen Welt als selbstverständlich gilt, dabei aber kulturell und historisch bestimmt ist: Paradigmatisch sichtbar wird das anhand des Terminus *Übergewicht*, der als scheinbar neutraler Begriff Eingang in den Wortschatz gefunden hat, die normativen Implikationen des Fat-is-bad Paradigma bleiben dabei a-reflexiv. In diesem Sinne konstatiert Gesing (2007) eine »Moralisierung der Schlankheit«, aus der sich neue Formen von Devianzen entwickeln mit Stigmatisierten und defizitären Subjekten.

Der Norm(al)körper und die damit verknüpften Konnotationen sind so weit naturalisiert und normalisiert, dass die Abweichung davon nicht nur beinhaltet, offensichtlich die somatischen Selbsttechniken nicht zu erfüllen. Darüber hinaus werden zwangsläufig Rückschlüsse gezogen auf den mangelhaften Willen bzw. die (Un-)Fähigkeit zur optimalen Selbstformierung und dadurch unvermeidlich negativ konnotierte Eigenschaften zugeschrieben, wie bspw. Disziplinlosigkeit und fehlende Willensstärke³². In diesem Sinne konstatiert Gesing (2007) eine »Moralisierung der Schlankheit«, aus der sich neue Formen von Devianzen entwickeln mit Stigmatisierten und defizitären Subjekten. So wird »mangelnde Schönheit [...] zum persönlichen oder charakterlichen Versagen« (Posch 1999: 78): Abweichungen, wie hohes Körpergewicht oder Nicht-Gepflegtheit, werden gelesen als Merkmale negativ besetzter Eigenschaften, wie Undiszipliniertheit oder Maßlosigkeit, und als Scheitern gewertet.

»Wer keinen schönen Körper hat, so der konsequente Umkehrschluss, hat sich vermutlich nicht ausreichend dafür entschieden; entgleiste, exzentrische und ungepflegte Körper werden nicht nur als »un-schön«, sondern auch als »un-sozial« empfunden.« (Bieger 2008: 57)

Ein Körper, der den hegemonialen neoliberalen Idealen entspricht, kann sich dagegen der Aufmerksamkeit und Anerkennung als zeitgenössischer Währung, als zentralem Marktwert in der Aufmerksamkeitsökonomie (vgl. Franck 1998) sicher sein. Der Körper und sein Aussehen stellen eine der relevantesten Ressourcen des Subjekts dar, entsprechend viel Mühe wird in die Bearbeitung gesteckt. Der Stellenwert eines normalisiert-optimierten Aussehens ist in Zeiten, in denen Darstellungen von Körpern bspw. durch Online-Medien global und omnipräsent verfü- und sichtbar und damit vergleichbar sind und die ursprünglichen Kennzeichen für die Stellung des Subjektes im gesellschaftlichen Gefüge sich auflösen, nicht zu unterschätzen. Selbstsorge im Hinblick auf hegemoniale Körper-Ideale kann so Handlungssicherheit bieten: Den Körper als »Fluchtpunkt« in Zeiten schwindender gesellschaftlicher Übersichtlichkeit zu setzen, lässt sich interpretieren als ein Versuch der Subjekte, in Zeiten von Verunsicherung Sicherheit verstärkt über Selbstthematisierung zu erreichen. Der Zukunftsforscher Horst Opaschowski (2014) diagnostiziert gar die Gesundheitsorientierung als

32 Körperliche Stilisierungen werden seit jeher mit bestimmten Eigenschaften assoziiert. So gehen Abweichungen von den jeweils geltenden Normen/Idealen mit negativen Zuschreibungen einher.

neue Zukunftsreligion³³. Antonie-Komar (2012) bezeichnet den Körperkult als »Analogie zum religiösen Kult« (ebd.: 221), Villa (2013b) als »Sicherheit und Immunisierung gegenüber den Kontingenzen und lebensweltlichen Unsicherheiten des (post-)modernen Lebens« (ebd.: 69). Die Relevanz und Omnipräsenz von Diskursen und Praxen zu den mannigfaltigen Bereichen rund um Aussehen, Körpermodifizierung, Gesundheit, Fitness & Co. scheint also auch eine neoliberale Antwort auf das zeitgenössische Sinn-Vakuum (vgl. Gugutzer 2012, Selke 2016).

»Der Körperkult stellt eine individualisierte Sozialform des Religiösen dar, die Sinn stiftet und Identitätssicherung ermöglicht. Der zeitgenössische Kult um den Körper ist Ausdruck einer verkörperten Diesseitsreligion, deren Popularität daher rührt, dass sie zur Selbstermächtigung und individuellen Bewältigung sozialer Unsicherheiten, Ambivalenzen und Kontingenzen beiträgt.« (Gugutzer 2012: 286)

Damit einher geht, dass sich das Feld, auf dem Körperpraxen gefordert sind, stetig ausweitet – über alle Altersstufen, Lebens- sowie Körperbereiche hinweg. Dem inhärent ist der liberal-individualistische hegemoniale Imperativ, allein der Wille sei entscheidend, um das eigene Aussehen angemessen zu stilisieren. Sichtbar wird dies beispielhaft in der Ästhetisierung des Alltagslebens (vgl. Hoffmann 2010: 14) und Verlifestyleung des Gewöhnlichen der Modeindustrie, die bspw. ausdifferenzierte vestimentäre Angebote für diverse Altersphasen und Anlässe – ob Home oder Lounge Wear, Schwangerschafts- und Wellness- oder Anti-Aging-Mode. Und auch der Körper selbst wird bearbeitet bis in die ehemals intimsten Bereiche. Von Gesäßaugmentation, Schweißdrüsenabsaugung bis zu Scheidenverengung, Vaginalverjüngung oder Analbleaching steht für somatische Selbstpositionierung eine breite Palette an körpergebundenen Korrekturmaßnahmen und Strategien der Body Modification bereit. Paradigmatisch für diese Entwicklung steht der Trend des Biohacking bzw. Quantified Self. Über diverse – i. d. R. smarte – Tools, wie vernetzten Waagen, Smartwatches oder Fitness-Apps für mobile Geräte, werden personenbezogene Daten aufgezeichnet. Ziel ist, aus diesen einen Erkenntnisgewinn über die individuelle Fitness und Gesundheit zu ziehen, Optimierungspotenzial zu erschließen und so ein Steuerungs- und Kontrollinstrument für die eigene Vitalität zu besitzen. Dank eindeutiger Werte, statistischer Maße und Einordnung in klare Raster funktionieren diese Methoden der Vermessung des Selbst wie eine Maßnahme der Qualitätssicherung – ähnlich wie die Kennwerte des Body-Mass-Index oder der Waist-to-hip ratio. Als weiteres Sicherheit gebendes Mittel hat sich der Rückgriff auf Vorbilder und Experten etabliert: Lebenshilferatgeber, Coachingsendungen, mediale Bezugspersonen stellen postmoderne Ligaturen dar und wichtige Agenzien für Selbstbezug und Identitätsarbeit:

»Die Individuen werden heute dazu angehalten zu leben, als ob sie ein Projekt aus sich selbst machten: Sie sollen an ihrer Emotionenwelt arbeiten, an ihren häuslichen und ehelichen Abmachungen, ihren Beziehungen mit der Arbeit und ihren sexuellen Lust-techniken, sie sollen einen Lebensstil entwickeln, der ihren Existenzwert ihnen selbst gegenüber maximiert.« (Rose 2000: 14).

33 <https://www.opaschowski.de/index.php?id=15>, Stand 15.8.2018.

Und wenn die eigene Selbstführung nicht probat erscheint, um das angestrebte Körperbild zu erreichen, sind als weitere Ressourcen für die Optimierung auch Schönheitschirurgische Eingriffe als Enhancement gesellschaftlich akzeptiert.

Diese Verkörperungen stehen in engem Zusammenhang mit Geschlecht: Für Frauen und Männer lassen sich (noch) in der Gegenwartsgesellschaft deutliche Unterschiede in aussehensbezogenen Anrufungen und Einschreibungen konstatieren, Inszenierungen des Äußeren stehen in engem Bezug zur (Zwei-)Geschlechtlichkeit (vgl. Degele 2004, Penz 2010). Der Fokus auf Äußer- und Körperlichkeiten als zentraler Maßstab für die Umsetzung neoliberaler Imperative gilt dabei weitaus stärker für Frauen als für Männer. Bspw. werden im sozialen Gefüge Frauen und Mädchen in sehr viel stärkerem Maße als Männer über ihr Aussehen bewertet, wirken aussehensbezogene Selbsttechnologien als genuin weibliches Bewertungskriterium (vgl. Degele 2007), ist Weiblichkeit durch Verweise auf Aussehen, Körperlichkeit und häufig auch Sexualisierung gekennzeichnet (vgl. Schaufler 2003). Gill (2007) attestiert der (westlichen) Gesellschaft gar eine obsessionhafte Beschäftigung mit dem weiblichen Körper. Die Autorin bezeichnet attraktive Körper als »Basis für Identität und Macht von Frauen«, der demzufolge »beständiger Überwachung und Bearbeitung bedarf.« (Ebd.: 7). Ähnlich argumentiert McRobbie (2010), die Selbstsorge für und von Frauen als weitestgehend unhinterfragten legitimen und angemessenen Raum ausmacht zur Inszenierung des Aussehens als »spektakulär weiblich« (ebd.: 95). Sichtbare Modifikationen des Äußeren wirken somit konstitutiv für die Selbst-Positionierung wie auch für die Anrufung als weibliches Subjekt und sind der neoliberal-weiblichen Subjektivierung so inhärent, dass sie i. d. R. unreflektiert bleiben. Das Doing Gender und Doing Body(fication) scheinen freiwillig und von individuellen Maßstäben bestimmt, funktionieren dabei aber sozial gerahmt mit dem Zweck der Herstellung Weiblichkeit bezeugender Körper (vgl. Gesing 2006)³⁴.

Feministische AutorInnen machen zudem darauf aufmerksam, dass rezente neoliberale Imperative der Selbstoptimierung postulieren, »alle Verantwortung für den eigenen Lebensverlauf liege bei den Einzelnen selbst« (El Siofi et al. 2008: 19) und damit gesellschaftliche Herrschaftsverhältnisse ausgeblendet werden. Dies führe dazu, dass die Fragen nach strukturellen Problemen, wie die vorhandenen gesellschaftlichen Machtverhältnisse, Hierarchisierungen, Ungleichheiten dethematisiert und die ursprünglichen Forderungen des Feminismus als nicht mehr zeitgemäß und irrelevant abgetan werden. Die US-amerikanische Journalistin Susanne Faludi (2014) formuliert diese Kritik als Statement: »Wir haben den Feminismus umdefiniert als das Recht der Frauen, zum Eigentum des Systems zu werden.«³⁵ Denn körperliche Zeichensysteme – das betonen nicht nur feministische AutorInnen – stehen in engem Bezug zu Machtverhältnissen im dominanten Diskurs der Zweigeschlechtlichkeit (vgl. Degele 2004, En-

34 Vor allem in der feministischen Debatte wird problematisiert, dass es diverse weitere Kategorien der Stigmatisierungen gibt, die im Fokus auf Geschlecht und Körper vernachlässigt werden. Exemplarisch für diese Kritik steht Gesings (2007) Feststellung, die »Debatte um die Funktion der Körperdisziplin Diät« würde perspektiviert aus einem »mehrheitlich weißen, westlichen Blickwinkel, der zwar gelegentlich auf eventuelle *race*-Implikationen hinsichtlich alternativer Schwarzer Weiblichkeits- und Körperentwürfe hinweist, diese jedoch aufgrund der normalisierenden Funktion, die von der Weißen Dominanzkultur ausgeht, für vernachlässigbar« hält (ebd.: 222).

35 <https://thebaffler.com/salvos/feminism-for-them>

gel/Schuster 2007, Höppner 2011). Entsprechend argumentieren einige AutorInnen, die geschlechtlich vermittelte Orientierung an Außenbewertungen sei so weit internalisiert, dass sie einen integralen und dennoch unreflektierten Bestandteil des weiblichen Selbstbildes darstellt. Die gesellschaftliche Anrufung des Körpers wird Teil des eigenen Blicks, der eigene Körper wird losgelöst, distanziert, analytisch wahrgenommen. Villa (2007) bezeichnet dies als »Leibvergessenheit und Körperbesessenheit«³⁶ (ebd.: 10) im Zuge einer »Verdinglichung des Körpers« (ebd.: 11), da es zeitgenössische Subjekte auszeichnet, »Distanz zum eigenen Körper zu haben und in dieser Distanz den Körper auch entsprechend sozialer Werte, individuellen Wünschen oder kommerziellen Notwendigkeiten zu manipulieren.« (Ebd.). Auch Duden (2002) beschreibt eine zunehmende Entfremdung der Frau von ihrem eigenen Körper: Duden kommt zu dem Schluss, die weibliche sinnliche Verbindung zum Leib sei gekappt, da sie überlagert ist durch Diskurse rund um den Körper, vor allem durch die Medizin. Ähnlich argumentiert Wolf (1990) in ihrem viel zitierten Buch *The Beauty Myth*. Wolf konstatiert hier als (post-)modernes Mittel sozialer Kontrolle einen *Mythos Schönheit*, der zentrale Bedeutung besitzt für den weiblichen Anspruch an die eigene Selbstführung. Das für Wolf Entscheidende ist, dass mit dieser Schönheitsideologie Frauen von externer Anerkennung und Bestätigung abhängig bleiben und zudem unausweichlich in ein Konkurrenzverhältnis geraten, das weibliche Solidarität unterminiere. Die Soziologin Degele (2004) diagnostiziert die männliche Attraktivitätserwartung als Maßstab für weibliche somatische Selbsttechniken. Das neoliberale weibliche *Subjekt* wird also nur erfolgreich sichtbar als heterosexuell begehrtes *Objekt* (vgl. dazu auch Kapitel 6).

In diesem Zusammenhang werden auch Medien als machtvollen Agenten und/oder Produzenten von Wissensordnungen gefasst. In den wissenschaftlichen Auseinandersetzungen zeigt sich brennglasähnlich das Spannungsfeld von Partizipation, Agency und selbstermächtigender Wirkmächtigkeit auf der einen sowie Objektivierung, Normierung(en), Unterwerfung, Disziplinierung auf der anderen Seite. Für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit aussehensbezogener weiblicher Selbstsorge im Machtfeld von Normalisierungen, mit Subjektivierungspraxen zwischen weiblicher Emanzipation und neoliberalen Einschreibungen lassen sich Medientexte als Abbild, Verstärker oder Reproduzenten normalisierter Maßstäbe analysieren. Vor allem in Bezug auf Online-Medien bildet sich dagegen im Forschungskanon auch die Hoffnung auf demokratisierende und diversifizierende Effekte über die potenziell große Anzahl aktiv-produzierender NutzerInnen ab (vgl. Kapitel 2.3.3). Mit Herstellung solcher Teilhabe und Teilnahme stellen Online-Medien potenziell Ressourcen bereit, den öffentlichen Diskurs zu verändern, vom hegemonial Normalen abweichende Wissensordnungen und die Inszenierung von nicht-normalisierten Subjekten bzw. deren

36 Die Unterscheidung zwischen Leib und Körper wird vor allem in der Körpersoziologie für das Phänomen verwendet, dass das moderne Subjekt seinen Körper in zwei Dimension wahrnehmen kann: Einerseits auf der Ebene des sinnlichen, inneren Fühlens und Erlebens (»Leib sein«) und auf der anderen Seite in Form einer äußerlichen, reflexiven Haltung (»Körper haben«) (vgl. Plessner 1970). Allerdings ist auch das leibliche Erleben nicht nur rein subjektiv, sondern empirisch nachgewiesen teilweise sozial beeinflusst. Beispiele hierfür sind kulturgebundene Syndrome oder das historisch bedingte Auftreten von Krankheiten.

Lebenswelten und Erfahrungshorizonten sichtbar zu machen (vgl. u. a. Nemer/Free-man 2015, Vivienne 2017, Zdrodowska 2017). Eine der bedeutendsten feministischen Vorreiterinnen dieser Perspektive ist Donna Haraway mit ihrem Aufsatz *A Manifesto for Cyborgs* (1985), aus dessen Rezeption die Bewegung des Cyberfeminismus folgte. Für Frauen und andere marginalisierte Gruppen bietet das Internet demnach bedeutende Möglichkeiten, Selbstermächtigung und Partizipation herzustellen. Praktisch realisieren lässt sich das u. a. über die Aneignung von Technologien und (digitalen) Räumen, um so eine digitale »postgender-Welt« zu erschaffen, in der Subjekte mit einer Vielzahl von Identitäten existieren und experimentieren können. Für empirische Forschungen, die das ermächtigende Potenzial von Online-Medien untersuchen, soll beispielhaft die Arbeit von Schuegraf/Tillmann (2014) genannt werden, die sich mit Amateur-Pornografie beschäftigen. Die Autorinnen sehen hier machtvollen Möglichkeitsräume für Frauen, da sie in diesem Rahmen Verfügungsgewalt über Bilder von Körpern und Sexualität erschaffen können: »Der weibliche Körper [...] wird nun zu einem ›Autonomieprojekt‹, d. h. die Frauen nehmen ihren Körper selbst in die Hand, entscheiden selbst, wie sie sich in Szene setzen.« (Ebd.: 3).

Andere AutorInnen vertreten die gegenteilige These, nämlich dass hegemoniale Strukturen auch im Online-Raum reproduziert werden (vgl. Hagendorff 2017). Konsens der meisten dieser Ansätze ist, dass Handlungsermächtigung so gut wie nicht möglich ist, sobald Subjekte sich im Feld vergeschlechtlicher Praxen bewegen. Klaus/Lünenborg (2013) machen in diesem Kontext sogar Gefahrenpotenzial aus, da das Internet durch den niedrigschwelligen Zugang verstärkt antifeministischen Zügen Öffentlichkeit verleihen kann. Hampton (2015) weist in einer Untersuchung der viralen Bewegung von #nomakeupselfie Meme nach, dass diese dem Anspruch zum Trotz, in der Herstellung Kontrolle zu erreichen und selbstermächtigend hegemoniale Normierungen zu unterlaufen, eigentlich traditionelle dominante Praxen und Rationalitäten zu vergeschlechtlichten Schönheitsidealen transportieren. Gill (2007) zeigt eine Sexualisierung weiblicher Medienfiguren auf, die sie bezeichnet als »Porno chic«. Dabei sieht sie insofern eine Änderung der Stellung von Handlungsträgerinnen, als dass diese nicht mehr ausschließlich als passive, begehrte Objekte des männlichen Blicks (gaze) inszeniert werden, sondern durchaus teilweise als aktiv begehrende, selbstbewusste Subjekte. Die Autorin sieht darin allerdings nur eine neue Form der Beherrschung von Frauen. In deutlichen Parallelen zu Foucaults Gouvernementalitätskonzept argumentiert Gill, dass sich nur die Machtform verlagert und Frauen von einer Objektifizierung durch männliche Kontrolle wechseln zu internalisierter Selbstkontrolle. Diese sieht sie gekennzeichnet dadurch, dass sie in ihrer Ausübung als freiwillige, selbstgewählte, Freude bringende Tätigkeit erscheinen wie auch empfunden werden muss:

»Girls and women are invited to become a particular kind of self, and endowed with agency on condition that it is used to construct oneself as a subject closely resembling the heterosexual male fantasy that is found in pornography. [...] In the last decade it has gone from being a new and deliberate representational strategy used *on women* (i.e. for depicting young women) to being widely and popularly taken up *by women* as a way of constructing the self.« (Ebd. 10, Herv. i. O.)

Ähnlich argumentiert McRobbie (2010), die die zunehmende Sichtbarkeit von Frauen problematisiert als eine, die sich auf Bilder offensichtlicher neoliberaler Selbstsorge und Selbstdisziplinierung im Hinblick auf das weibliche Aussehen beschränkt (vgl. dazu auch Kapitel 6.2b).

Zu analogen Ergebnissen kommen AutorInnen vor allem aus dem angloamerikanischen Sprachraum, die sich mit medialen Sichtbarkeiten abweichender Repräsentationen beschäftigen – solchen also, die nicht hegemonialen Visualitäten entsprechen, sondern deviante Lebensentwürfe wiedergeben. Diese zeigen, dass solche Inhalte zwar sukzessive sichtbar werden, bspw. in Bildern von Frauen in klassischen männlichen Sportarten, von Nicht-Weißen, von Geschlechtern außerhalb der Cis-Norm oder von versehrten Körpern. In einer kritischen Auseinandersetzung mit diesen Bildern jedoch problematisieren AutorInnen, dass diese Lebensentwürfe i. d. R. demonstrativ in normalisierte Narrative eingebettet werden, bspw. indem homosexuelles Begehren in Mittelschicht erzählungen rückgebunden wird (Maier 2007), nicht-weiße Topmodel-Kandidatinnen besonders ausgeprägt Praxen der Selbstsorge zeigen, »um Rasse und Klasse zu überwinden« (Hasinoff 2008) oder nicht-schlanke oder ungeschminkte Körper zwar sichtbar gemacht werden, aber nur ostentativ sexualisiert-feminisiert (Faust/Assmann 2014, Hampton 2015). Techniken der visuellen Sexualisierung lassen sich deutlich auch anhand von Sportlerinnen konturieren. Hier wird evident wie vergeschlechtlichte Körpertechniken eingesetzt werden in Bereichen, in denen Frauen sichtbar werden, die den hegemonialen Normalisierungen partiell widersprechen (vgl. Hargreaves 1994, Faust/Assmann 2014 und die Aufsätze in den Sammelbänden von Scraton/Flintoff 2002 und Hartmann-Tews/Pfister 2003). Die AutorInnen skizzieren, wie Sportlerinnen über Strategien der Feminisierung, Sexualisierungstechniken und/oder Darstellungen in heterosexuellen Bezügen konstruiert werden als weibliches Subjekt. Darüber, so das Fazit der Arbeiten, sollen die Ambivalenzen nicht-eindeutiger Geschlechtsidentitäten vermieden werden.

»Of course, any study of women's sport is indelibly linked to hegemonic masculinity, heteronormativity, and homophobia – all of which serve to coerce female athletes to adhere to heterosexual, hyper-feminine ›scripts‹ or encounter the severe negative consequences that tend to follow when confronting the status quo.« (Fink 2012: 50)

Auch die Etablierung vermeintlicher alternativer, starker Mädchen- und Frauen-Figuren in Medienangeboten, die als *feisty girls* oder *Girl Power-Figuren* bezeichnet werden, lassen sich in diese Lesart einreihen: Figuren aus *Sailor Moon*, Lara Croft aus *Tomb Raider* und *Super Girl* als Handlungsträgerinnen agieren zwar scheinbar machtvoll. Bezüglich des Aussehens sind sie allerdings dezidiert im Sinne hegemonialer weiblich-vergeschlechtlichter Ideale inszeniert, oft gar hyper-weiblich und/oder -sexualisiert (vgl. Giomi 2005, Hains 2007)³⁷.

37 McRobbie (2009, 2010) entwickelt in diesem Kontext ihre These der postfeministischen Maskerade. Diese stelle ein Weiblichkeitskostüm dar für »Top-Girls« (McRobbie 2009). Über Strategien des Körpermanagements brechen Frauen, die qua beruflichem Erfolg traditionell männlich besetzte Eigenschaften besetzen, diese auf durch auffällige Feminisierung: »The masquerade functions to re-assure male structures of power by defusing the presence and the aggressive and competitive actions of women as they come to inhabit positions of authority. It re-stabilises gender relations

Eine Verknüpfung der Konzepte von Unterwerfung und Ermächtigung sucht Vivienne (2017). Sie sieht eine Möglichkeit über die Etablierung veränderter Bezeichnungen und darüber neuer Zeichensysteme und Diskurse. Die Autorin hebt anhand ihrer Untersuchung der Selfies prominenter Transgender/Genderfluiden die Ambivalenz hervor, durch die diese Selbst-Repräsentationen markiert sind: Die Sichtbarkeiten von »Anderssein« sieht die Autorin als einerseits wirkmächtig an, da diese öffentlich Normativitäten herausfordern und Subjekten die Möglichkeit geben, sich selbstbewusst in ihren Abweichungen zu emanzipieren. Andererseits sieht Vivienne aber auch die Gefahr, darüber neue Hierarchien, Machtverhältnisse und Ausgrenzungen zu schaffen (ebd.: 130f.). Die Autorin schlägt daher ein theoretisch-begriffliches Reframing vor. Anstelle von Empowerment plädiert Vivienne für die Verwendung des Begriffs *privilege*:

»Empowerment connotes the giving of power and authority in a way that remains complicated for both cisgender people and gender-diverse folk residing in a patriarchal system with rigid and binary gender norms. It also calls upon a rights framework that is problematic in a context where many laws, policies and social practices routinely discriminate against gender-diversity. In contrast, privilege implies both special advantage and immunity but not necessarily corollary power. Reframing cisgender selfies as privileged allows us to see that they already impute degrees of power.« (ebd.: 137f.)

Ähnlich argumentieren Seier/Surma (2008) in ihrer Arbeit zu medialen Subjektivierungsprozessen in der Makeover-Show *The Swan*. Die Autorinnen kommen zu dem Schluss, dass Selbstermächtigung vor allem möglich ist durch Wissen und daraus erwachsende Handlungsfähigkeit: Subjekte, die »zugleich Produkt einer disziplinierenden Unterwerfung und einer an Bewusstsein und Selbsterkenntnis gebundenen Ermächtigung« (ebd.: 194) durch Erwerb von Wissen bzw. Fähigkeiten zu sein vermögen, können Ermächtigung im Selbstbezug und damit Handlungsfähigkeit herstellen³⁸. Darüber entsteht die Möglichkeit, Grenzen der Norm(alis)ierungen zu re-definieren »durch ihre absichtsvolle und in diesem Sinne eigenmächtige Herbeiführung« (ebd.: 195).

2.5 Zusammenfassung

Sichtbar in diesem Kapitel wird die Konstruktivität der Foucaultschen Gouvernementalitätstheorie in der Verknüpfung mit flankierenden Ansätzen, die der Zuspitzung auf den Forschungsfokus dieser Arbeit dienen: Medienaneignung, Cultural Studies, sozialwissenschaftliche Konturierungen der Identitätsentwicklung von Jugendlichen in der

and the heterosexual matrix [...] by interpellation of women repeatedly and ritualistically into the knowing and self-reflexive terms of highly-stylised femininity.« (ebd.: 68f.) (Vgl. dazu auch Kapitel 6.2b.)

38 Die Autorinnen argumentieren in Anlehnung an Menkes (2003) Vergleich zweier Foucaultscher Typen der Übung und der sich daraus bildenden zwei Subjekttypen. Sie unterscheiden das *Subjekt der Disziplinarmacht* und das *Subjekt der Ästhetik der Existenz*. Die Verbindung der Strategien des disziplinären und des ästhetisch-existenziellen Subjekts schafft den Raum sowohl für Ermächtigung als auch Unterwerfung.

Gegenwartsgesellschaft, Schönheitssoziologie und feministische Reflexionen. Auf dieser Basis lässt sich eine Perspektive auf die zeitgenössische Gesellschaft aufziehen als eine durch neoliberale Imperative der selbstoptimierenden Lebensführung geprägte, in der Subjekte in Rationalitäten und Modi normalisierte Möglichkeitsfelder (re-)produzieren, die Subjektivierung rahmen und insofern naturalisiert als fraglos Gegebenes, als freiwillig und selbstgewählt erscheinen. Das Äußere der Subjekte besitzt eine zentrale Stellung in diesem Kosmos, da es als sichtbarer Ausweis gelungener Selbstführung fungiert. Im Aussehen materialisieren sich bestimmte Werte, die in der freigesetzten, individualisierten Gesellschaft stärker denn je rückgekoppelt werden an die Subjektivierung(sleistung) des/der Einzelnen und darum mitnichten neutral, sondern stark moralisierend wirken: Es gilt, virulente neoliberale Imperative der Gegenwartsgesellschaft zu leben und zu verkörpern, bspw. Selbstkontrolle, Disziplin, Leistung, Kompetenz, Konkurrenz, Entwicklung, Flexibilität, Aktivität. Gefolgt wird nicht mehr primär äußeren Zwängen und Normen, installiert ist ein inneres Selbst-Management, das sich ausrichtet anhand von Normalisierungen. Über gemeinschaftlich geteilte Codes bietet das Äußere damit auch eine für die Gemeinschaft unabdingliche Funktion der Orientierung im sozialen Gefüge. Insofern sind die Eindeutigkeiten, die das Aussehen als Rahmen bietet, besonders bedeutsam, schaffen sie doch Sichtbarkeiten von Anerkennbarem und Deviantem, Wünschbarem und Nicht-Wünschbarem.

Dies gilt insbesondere für Jugendliche, die in ihrer Entwicklungsphase intensiv auf der Suche nach Orientierung, Leitbildern, Lebensentwürfen sind. Fordernder wird diese Suche dadurch, dass sich die Diversifikation der Räume und Lebenswelten, die für die Postmoderne prägend ist, im Alltag Jugendlicher besonders stark abbildet: Die Identitätsarbeit Heranwachsender bewegt sich in einer Vielfalt von analogen, virtuell-digitalen, realen und medial vermittelten Welten, zwischen globalen Informationen und solchen aus dem konkreten Nahfeld, zwischen persönlichem Kontakt und elektronischer Kommunikation; Jugendliche werden erwachsen zwischen Globalisierung und Nationalismus, Dekonstruktion und Reaktion, Multioptionen und Entscheidungszwängen. Eine eher skeptische Perspektive auf die Transformationen der Identitätsgenese wird diese als gefährvoll und krisenhaft analysieren (vgl. Parsons 1971, Sennett 2000). Die Mehrheit der AutorInnen, die sich mit Identität in der kontemporären Gesellschaft beschäftigen, sieht Identitätsarbeit jedoch nicht primär als problematisch (vgl. Bilden 1997, Keupp 1999, Gugutzer 2002). Auch in dieser Arbeit wird die Sichtweise vertreten, dass die kontemporäre Bastelidentität eher einen Möglichkeitsraum darstellt als eine Destabilisierung.

Diese Prämisse gilt auch für die Perspektivierung von Medien und ihrer Rolle in der jugendlichen Identitätsgenese. Es ist zu kurz gegriffen – auch das sollte deutlich geworden sein in diesem Kapitel –, von einem einfachen Reiz-Reaktion-Schema auszugehen im Umgang der Jugendlichen mit Medien. Mit der Perspektivierung dieser Arbeit stehen Medientexte mit Subjekten und Gesellschaft – die zwei anderen für den Forschungsschwerpunkt dieser Arbeit relevanten Größen – als interdependente Teile eines Macht-Systems in Wechselwirkung. Sie stellen keine autonomen Sphären dar, die per se machtvoller als die beiden anderen Teile wären oder unabhängig ihre Diskurse produzieren. Die Verbindungen sind reziprok: Subjekte schaffen Normalisierungsräume, die sich gesellschaftlich in hegemonialen Diskursen und Praxen verdichten und so

die anerkannte Realität bilden. In dieser entstehen Medien und ihre Texte, diese sind menschengemacht und entwickeln sich mit der Gesellschaft und in deren imperativen Diskursen die von den Subjekten angeeignet werden. (Nur) Insofern haben Medien das Potenzial, spezifische Praxen der Subjektivierung bei den RezipientInnen zu stimulieren. Machtvoll sind sie, als sie hegemoniale Imperative medientypisch in teils übersteigter Form abbilden mögen und durch ihre Reichweite quantitativ höhere Sichtbarkeiten erzeugen. Aber davon ausgehend, dass die Texte soziales Wissen reproduzieren und Bedeutung bei den Aneignenden vor allem da entfalten, wo sie Resonanz herstellen, greifen Sorgen, Kritik und Problematisierungen bezüglich Medientexten eigentlich zu kurz – in den Fokus genommen werden müssen ebenso die gesellschaftlichen Verhältnisse.

3 Der Forschungsstand zu Reality TV, Castingshows und *Germany's Next Topmodel*

In diesem Kapitel wird ein Überblick zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Reality TV (Kapitel 3.1), mit Castingshows als Subgenre des Reality TV (Kapitel 3.2) sowie mit der Sendung *Germany's Next Topmodel* (Kapitel 3.3) und deren Aneignung (Kapitel 3.4) gegeben. Obwohl dabei der Diskurs im deutschen Sprachraum im Zentrum der Betrachtung steht, fließen auch Darstellungen des angloamerikanischen Diskurses ein. Dies erscheint angebracht, erstens da sich der Ursprung des Reality TV in den USA entwickelte und heute noch ein Großteil der Sendungen, die global ausgestrahlt werden, ihren Ursprung in US-amerikanischen Formaten haben. Auch gibt es in den USA die größte Fülle an Reality TV-Sendungen. Entsprechend vielfältig ist der wissenschaftliche angloamerikanische Diskurs und bereichert und erweitert insofern die Auseinandersetzung mit dem Genre. Zweitens kann ein kulturübergreifender Vergleich als Mittel genutzt werden, den Blick zu öffnen und zu schärfen für die gesellschaftlichen Verhältnisse. Denn die Forschungsschwerpunkte geben stets auch Auskunft über die kulturellen Hintergründe, aus denen heraus geforscht wird. Diese sind insofern bedeutsam, da davon ausgegangen wird, dass Lebenswelten und Alltag eine wichtige Rolle spielen für die Aneignung wie auch für die (Re-)Produktion von Medientexten. Zudem lassen sich über eine Kontrastierung Desiderata und Forschungslücken besser ausfindig machen.

Castingshows wie *Germany's Next Topmodel*, dessen Aneignung in dieser Arbeit den Untersuchungsgegenstand darstellt, werden dem Genre des Reality TV zugerechnet. In den ersten 100 Jahren des 21. Jahrhunderts hatten Sendungen des Reality TV, die vor allem im Medium Fernsehen ausgestrahlt wurden/werden, ihre Blütezeit. Mittlerweile hat die Beliebtheit nachgelassen, wie auch die Popularität des Fernsehens im Allgemeinen (vgl. Kapitel 2.3.2). Dennoch hat das Genre einen bleibenden Einfluss hinterlassen und die Fernsehlandschaft nachhaltig verändert. Und auch in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit sowie im akademischen Diskurs wurden (und werden) anhand der Sendungen zahlreiche virulent-kontemporäre Themen verhandelt. Bei einem Vergleich der deutschsprachigen mit der englischsprachigen Literatur fällt eine bemerkenswerte Abweichung ins Auge: In der deutschsprachigen Literatur zum Reality TV bzw. in Unter-

suchungen einzelner Formate ist es gängig, das Genre theoretisch zu beleuchten, indem es in Subgenres unterteilt wird. In den folgenden Darstellungen wird analog vorgegangen und der Forschungsstand des deutschsprachigen Diskurses unterteilt in Kapitel zu Arbeiten zu Reality TV allgemein, zu Castingshows und zu *Germany's Next Topmodel*. Die angloamerikanische Forschung dagegen nimmt diese Art der Unterteilung nicht primär vor. Es fällt auf, dass es hier diverse Überblicks-/Sammelwerke gibt, die den Namen *Reality TV* im Titel tragen¹. Seit Beginn der 2000er Jahre erscheinen in regelmäßigen Abständen neue solcher Grundlagenwerke (u. a. Holmes/Jermyn 2004, Murray/Ouellette 2009, Skeggs/Wood 2012, Kopp 2013, Hill 2015, Deery 2015, Kraszewski 2017). Im Rahmen dieser befassen sich die AutorInnen i. d. R. mit einzelnen Sendungen und Facetten, die sie auf Metaebene gesellschaftstheoretisch verorten. Analog dazu werden in dieser Arbeit die Ausführungen zum Diskurs im angloamerikanischen Sprachraum im Kapitel zum Reality TV dargestellt, also sowohl die Theoretisierungen zur Bestimmung des (Gesamt-)Genres wie auch relevante Forschungen *thematisch* zusammengefasst.

3.1 Reality TV – Perspektiven auf ein populärkulturelles Genre

Das Genre Reality TV ist vor allem dadurch gekennzeichnet, dass es außerordentlich heterogen ist – die Inhalte und Formen sind in ständiger Entwicklung. Das macht eine Bestimmung, die ja immer auch eine Festlegung darstellt, schwierig. Lünenborg et al. (2011) schreiben mit Recht, Reality TV sei vielmehr ein »Metagenre [...], das unterschiedliche Programmformen umfasst« (ebd.: 17). In dieser Arbeit soll mittels eines Abrisses zu der historischen Entwicklung des Reality TV und den verschiedenen Definitionsansätzen und Forschungen eher ein *Überblick* zu den unterschiedlichen Facetten des Genres dargestellt werden und weniger eine *Synthese*, mit der das Genre in ein »Korsett« gezwängt und in eine Form gebracht würde, die seinem Wesen nicht gerecht wird.

Die Ursprünge des Reality TV lassen sich historisch nicht einfach abgrenzen. In der Literatur wird die Entstehung des Genres i. d. R. anhand der Entwicklung verschiedener Strömungen nachgezeichnet. Wegener (1994) macht jedoch zu Recht darauf aufmerksam, dass die Vorbilder für die meisten deutschen Reality TV-Formate – und auch für den Großteil aller internationalen Formate – in US-amerikanischen Sendungen zu finden sind. Erste Formen des Reality TV lassen sich bereits im US-Fernsehen der 1940er Jahre in Sendungen wie *Candid Camera* finden. In Deutschland stellen die TV-Talentwettbewerbe (*Talentschuppen*, 1966–1981) Vorläufer des Genres dar. Ende der 1980er Jahre entstanden in den USA sehr populäre Sendungen wie *The People's Court*, *Cops*, *Rescue 911*, *Ocean Quest*², aus denen sich die heutigen Formate des Reality TV entwickelten. Dies

-
- 1 In der deutschsprachigen Literatur überwogen in den Anfangsjahren der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Reality TV Monographien (vgl. u. a. Wegener 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994), die sich mit dem Genre im Ganzen auseinandersetzen. In den Folgejahren entstanden primär Arbeiten, die einzelne Subgenres beforschen.
 - 2 In den USA liefen Formate des Reality TV noch sehr viel erfolgreicher als in Deutschland. 2004 und 2005 starteten zwei Sender, die ausschließlich Reality TV Sendungen zeigten (vgl. Ouellette/Murray 2009: 6): *Reality Central* (seit 2003) wurde allerdings mit dem Start von *Fox Reality Channel* (seit

waren kurze Fernsehsendungen mit emotionalen und gewaltorientierten Inhalten. Auslöser für die Entstehung sehen Lücke (2002) und Hill (2005) in Entwicklungen wie der Deregulierung und Kommerzialisierung der Medienindustrie und damit einhergehend Veränderungen der Medien(-inhalte), die sich zusammengefasst als Boulevardisierung kennzeichnen lassen (vgl. Hill 2005: 15ff.), da das eine höhere Aufmerksamkeit der ZuschauerInnen verhiess. Anfang der 1990er Jahre übernahmen Fernsehsender in Deutschland die Formate: Mit Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der 1980er Jahren wurden erstmals privat-kommerzielle Fernsehsender zugelassen. Damit nahm die Programmvietfalt erheblich zu. Um sich erfolgreich zu präsentieren und gute Zuschauerquoten zu erreichen, begannen die Privatsender die in den USA bereits sehr populären Formate des Reality TV für Deutschland zu adaptieren. Entsprechend hatten die deutschen Reality TV Sendungen der ersten Generation vorwiegend Gewalt und Verbrechen zum Inhalt. Dazu gehörten u. a. *Notruf* (RTL, 1992-2006), *Augenzeugenvideo* (RTL, 1992-1993), *K – Verbrechen im Fadenkreuz* (SAT.1, 1992-1998). Wie in den USA liefen die Sendungen in Deutschland sehr erfolgreich. Im Laufe der 1990er Jahre wurden immer mehr Reality TV-Sendungen auf den Markt gebracht, auch die öffentlich-rechtlichen Sender entwickelten eigene Produktionen. Damit wurden die Inhalte zunehmend vielfältiger, bspw. entstanden *Verzeih mir* (RTL, 1992-1994), *Bitte melde Dich* (SAT.1, 1992-1998), *Die Fußbroichs* (WDR, 1990-2001), *Das wahre Leben* (Premiere, 1994). Mit dem Start von *Big Brother*, das 1999 zuerst in den Niederlanden und anschließend in rund 70 weiteren Ländern ausgestrahlt wurde, und den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts erlebte das Genre global seine Hochzeit. Lünenborg et al. (2011) errechnen allein für Deutschland in den Jahren 2000 bis 2009 eine Anzahl von 418 erstveröffentlichten Reality TV-Formaten³.

Mit den 1990er Jahren begann sprunghaft der wissenschaftliche Diskurs rund um das Format Reality TV (u. a. Keppler 1994, Wegener 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994). 1992 unternahm das Institut für Medienanalyse und Gestalterkennung Essen (IMAGE) im Rahmen eines Projekts den ersten (deutschsprachigen) Versuch einer Begriffsbestimmung des Reality TV. Dafür teilten die Wissenschaftler das Genre in vier Darstellungsformen ein (vgl. Wegener 1994: 16): Filmdokumente, Dokumentationsdramen, Reality-Shows und Suchsendungen. In diesem frühen Beitrag zeichnet sich bereits eine Schwierigkeit ab, mit der sich alle Definitionsansätze konfrontiert sehen – das Genre ist äußerst vielfältig, diffus, hybrid und entwickelt sich kontinuierlich weiter. Viele AutorInnen, die sich mit Reality TV beschäftigen, nähern sich dem Genre daher über eine Systematisierung dessen verschiedener Formen an oder über eine Beschreibung der Merkmale. In der Forschung wird heute kaum noch auf die Arbeit des IMAGE referenziert, unter anderem da sich die Unterteilungen in der Anwendung als nicht trennscharf erwiesen. Wegener (1994) war eine der ersten AutorInnen, die sich umfassend mit dem Reality TV beschäftigte. Wegeners Begriffsbestimmung fasst zentrale Spezifika des Reality TV – wie es sich zum damaligen Zeitpunkt darstellte – zusammen und

2005) geschlossen und auch *Fox Reality Channel* wurde nach 5 Jahren Laufzeit im Jahr 2010 eingestellt.

3 Für den Zeitraum seit 2009 liegen keine offiziellen Statistiken im Jahresvergleich vor, nur vereinzelte Zahlen. Bspw. verweist Keppler (2017) für das Jahr 2014 auf eine Anzahl von 59 erstveröffentlichten Reality TV Formaten in Deutschland (ebd.: 245).

leistete damit eine für die Folgeforschung wichtige Systematisierung und Eingrenzung des Genres. Als zentrale (inhaltliche) Charakteristika des Reality TV resümiert Wegener Personalisierung, Dramatisierung, Stereotypisierung, die sie als »Kennzeichen emotionaler Informationsvermittlung« (ebd.: 12) analysiert. Als formale Charakteristika nennt Wegener die Aufteilung der Sendungen in Abschnitte. Von diesen stellt jeder eine abgeschlossene Erzählung dar, zusammengehalten werden sie durch eine/n ModeratorIn. Ferner sieht Wegener Reality TV durch vier Merkmale gekennzeichnet:

- »Realereignisse werden entweder wirklichkeitsgetreu nachgestellt oder durch originales Filmmaterial dokumentiert.
- Die Ereignisse haben in erster Linie keinen (oder nur selten) unmittelbaren Bezug zu aktuellen, gesellschaftlich-relevanten Themen.
- Die Ereignisse zeigen im Wesentlichen Personen, die entweder psychische und/oder physische Gewalt ausüben und/oder erleiden.
- Die einzelnen Beiträge thematisieren verschiedene Ereignisse, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang miteinander stehen.« (Ebd.: 17)

Viele dieser Charakteristika sind nach wie vor relevant. Einige Momente allerdings muten inzwischen etwas veraltet an, da sie vor allem für Sendungen charakteristisch sind, die in der Anfangszeit des Reality TV in den 1990er Jahren entstanden. So analysiert Wegener im empirischen Teil ihrer Arbeit die Sendungen *Retter*, *Notruf* und *Augenzeugen-Video*.

Der Ansatz von Winterhoff-Spurk et al. (1994) erweitert die Perspektive insofern als die AutorInnen die Bezeichnung *Gewaltdarstellung* umformulieren in *negative Deviationen des Alltäglichen*. Diesen Aspekt definieren sie – analog zu Wegener (1994) – als kennzeichnend für Reality TV. Als ferner charakteristisch nennen Winterhoff-Spurk et al. die erfolgreiche Bewältigung der negativen Deviationen in Form nachgespielter Ereignisse mit meist männlichen Protagonisten. Sie begreifen Reality TV als Genre mit diversen Subkategorien, die sie nach inhaltlichen Kriterien einteilen in Sendungen, die kriminelles Verhalten, solche, die Unglücksfälle und solche, die nicht-kriminelles deviantes Verhalten zeigen (Winterhoff-Spurk et al. 1994: 205). Als formale Merkmale nennen Winterhoff-Spurk et al. die Aufteilung der Sendungen – hier bezeichnet als Schritte – in Vorgeschichte, Verbrechen, Ermittlung/Rettung sowie dramaturgische Inszenierungen unter Verwendung spezieller Kameratechniken, bspw. Groß- und Nahaufnahmen, Zooms in Auf- und Untersicht. Durch diese Engführungen eignen sich die Ausführungen von Winterhoff-Spurk et al. für zeitgenössische Formate kaum noch zur Diskussion.

Ebenfalls 1994 erschien mit Keplers Arbeit ein weiteres zentrales Werk im Rahmen der Forschungen zum Reality TV. Kepler (1994) geht hierbei einen neuen Weg zur Bestimmung des *Realitätsfernsehens*. Dessen konstituierendes Merkmal sieht Kepler darin, dass aus ZuschauerInnen AkteurInnen werden. Kepler stützt ihre Definition auf die Unterscheidung zwischen *narrativem* und *performativem Realitätsfernsehen*. Die zentrale Differenz denkt Kepler dabei weniger in den eigentlichen Inhalten der Sendungen. Als Charakteristikum sieht sie, inwieweit diese in die Alltagswirklichkeit eingreifen. Als Sendungen des narrativen Realitätsfernsehens definiert sie solche, bei

denen keine derartigen Interventionen vorkommen. In diesen Sendungen werden die ZuschauerInnen vielmehr »mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten« (ebd.: 8). Der Schwerpunkt von Keplers Ausführungen liegt auf dem performativen Realitätsfernsehen, das Kepler definiert als »Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird.« (Ebd.: 8f.) Kepler misst dem performativen Realitätsfernsehen durch dieses Moment eine für Medien neue, zentrale Qualität zu, da hier das Leben, der Alltag der ProtagonistInnen durch die Sendung verändert wird – und zwar vor den Augen der Öffentlichkeit: Die Beteiligten stehen »als Subjekte ihres realen Lebens im Mittelpunkt der Sendung [...]. Jedesmal geben die Sendungen Formen vor [...], in denen die Menschen Alltägliches auf außeralltägliche Weise zu bewältigen haben« (ebd.: 111). Über diese Theoretisierungen hinaus beschäftigt Kepler die moralisch-normative Frage, in welcher Weise die Lebenswelten der TeilnehmerInnen und die der RezipientInnen grundlegend und/oder langfristig verändert werden. Kepler beantwortet diese Frage durchaus nicht eindeutig. Ihrer Meinung nach haben die Repräsentationen im performativen Realitätsfernsehen moderate Effekte auf die Alltagspraxen und Normensysteme, im Sinne einer Verstärkung oder Ergänzung bereits bestehender Muster. Dennoch verlaufe die Alltagswirklichkeit in ihrer Offenheit, Eigendynamik und Sozialität stabil gegenüber medialen Einflüssen nach eigenen Regeln. »Eine Ersetzung der alltäglichen Orientierungen durch die Handlungsformen, wie sie im performativen Realitätsfernsehen ausgeübt werden, ist gar nicht möglich und daher auch nicht zu befürchten.« (Ebd.: 112) Keplers Arbeit hat den Vorzug, dass sie über die inhaltliche Systematisierung qua Interventionen eine der bis heute für so gut wie alle Subgenres zutreffenden Konstanten erfasst. Ihr Ansatz ist nach wie vor relevant und erlaubt, weitere Formate bzw. Subgenres aufzunehmen. Auf Keplers Ausführungen stützen sich viele der AutorInnen, die sich seitdem mit dem Reality TV beschäftigen (bspw. Klaus/Lücke 2003, Müller 2011).

Im Jahr 1997 entwickelten Bente/Fromm einen Ansatz, der im weiteren Sinne zu den theoretischen Auseinandersetzungen mit dem Reality TV zählt. Die AutorInnen beschäftigen sich primär mit den Inszenierungsstrategien, die für das deutsche Fernsehen der 1990er Jahre kennzeichnend waren (Bente/Fromm 1997). Die (Medien-)PsychologInnen bedienen sich dafür des Begriffs *Affektfernsehen*. Als Charakteristika von Affektfernsehen begreifen Bente/Fromm – ähnlich wie Wegener (1994) – Strategien der Personalisierung, Authentizität, Emotionalisierung, Intimisierung (Bente/Fromm 1997: 20). Varianten des Affektfernsehens machen die AutorInnen sowohl in Unterhaltungswie auch in Informationssendungen aus. Reality TV schließen sie zwar theoretisch ein aufgrund der zutreffenden Charakteristika. In ihre (empirische) Untersuchung zu Formaten des Affektfernsehens jedoch nehmen sie Reality TV als »Variante« nicht auf. Bente/Fromm begründen dies mit der Definition Wegeners (1994) von Reality TV, der sie sich anschließen. Die für Sendungen des Reality TV zentrale Thematisierung von Gewalt treffe sonst auf keines der untersuchten Formate zu. Bente/Fromm schließen daher, dass Reality TV »einige Gemeinsamkeiten mit dem Affektfernsehen« aufweise, ansonsten jedoch »eher randständig im Sinne der Definition« sei (Bente/Fromm 1997: 21). Fromm (1999) erweiterte diese Ausführungen zwei Jahre später um den Begriff der

intimen Formate. Die konstitutiven Merkmale des Affektfernsehens übernimmt sie für ihre Bestimmung der intimen Formate. Reality TV schließt Fromm in diesem Rahmen nicht mehr aus, sondern bezeichnet es vielmehr als Vorläufer intimer Formate.

Als richtungsweisende Arbeit im Forschungskanon zu Reality TV gilt der von Klaus und Lücke (2003). Die Kommunikationswissenschaftlerinnen favorisieren bei ihrer Analyse des Reality TV einen offenen Ansatz, der Spielraum für weitere Entwicklungen lässt. Wie sich anhand der o. g. Ausführungen erkennen lässt, entwickeln sich die Sendungen des Reality TV fortwährend weiter. Die Autorinnen interpretieren Reality TV daher dezidiert als eine Genrefamilie bzw. Fernsehgattung mit verschiedenen (Sub-)Genres. Die Zuordnungen zu diesen begreifen sie in dem Sinne als fließend, als dass sie davon ausgehen, dass Reality TV ein »lebendiges Sammelbecken erfolgreicher Formate« (ebd.: 210) darstellt, die sich laufend verändern und ausdifferenzieren, Schnittflächen mit anderen Genres haben, enden, neu entwickelt werden usw. Bezüglich der Begriffsbestimmung von Reality TV schließen Klaus/Lücke an Keplers Ansatz (1994) an und führen zwei Ausprägungen von Reality TV ein: *Narratives Reality TV* begreifen sie als »jene Sendungen, die ihre Zuschauer mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten.« (Klaus/Lücke 2003: 199) *Performatives Reality TV* definieren die Autorinnen als jene Sendungen, »die eine Bühne für nicht-alltägliche Inszenierungen sind, jedoch zugleich direkt in die Alltagswirklichkeit nichtprominenter Menschen eingreifen.« (Ebd.) Als wichtigste Merkmale des Reality TV resümieren Klaus/Lücke auf der einen Seite den Inhalt betreffende innovative Grenzübertretungen sowie die Form betreffende Inszenierungsstrategien (vgl. ebd.: 204). Bezüglich der Grenzübertretungen konstatieren die Autorinnen, Reality TV löse als Sammlung von Hybridgenres vermeintliche Gegensätze von Authentizität und Inszenierung, Information und Unterhaltung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem auf und vermische diese zu neuen Fernseh-Produkten. Als Inszenierungsstrategien bzw. dramaturgische Mittel nennen Klaus/Lücke Intimisierung, Personalisierung, Stereotypisierung, Emotionalisierung, Dramatisierung.

Eine der Leistungen der Autorinnen ist es, die (damals) vorhandenen Reality TV-Formate anhand der beschriebenen Merkmale zu analysieren und zu systematisieren. Zum Zeitpunkt des Entstehens des Aufsatzes zählten Klaus/Lücke zum narrativen Reality TV vier Genres: Gewaltzentrierte Sendungen, Real Life Comedy Formate, Gerichts-Shows sowie Personal Help-Shows. Für diese ist kennzeichnend, dass sie sich um »außergewöhnliche Ereignisse des Alltags, wie Missgeschicke, Rechtsstreitigkeiten, Familien- oder Beziehungskonflikte sowie Verbrechen oder Unfälle« (ebd.) drehen. Zum performativen Reality TV gehörig sehen Klaus/Lücke Beziehungs-Show, Beziehungs-Game Shows, Daily Talks, Problemlösesendungen, Reality Soaps, Docu Soaps sowie Castingshows. Auf die von Klaus/Lücke genannten Definitionen und Merkmale beziehen sich bis heute die meisten (deutschsprachigen) Forschungen zum Reality TV im medienwissenschaftlichen Feld.

Die aktuellen Entwicklungen der Medienlandschaft, bspw. Einschaltquoten, Popularität oder Anzahl von Sendungen und Formaten des Reality TV, zeigen, dass der Großteil – trotz Abflachen der Hochkonjunktur des Reality TV im Speziellen und nachlassender Popularität des Fernsehens im Allgemeinen (vgl. Kapitel 2.3.2) – dem performa-

tiven Reality TV zuzurechnen sind. RezipientInnenorientiert lautet die Begründung, dass diese Medientexte den Bedürfnissen der ZuschauerInnen eher entsprechen als das narrative Reality TV. Als Erklärung dafür ist das ent- und unterscheidende Moment von performativem Reality TV naheliegend, nämlich, dass diese Sendungen »direkt in die Alltagswirklichkeit nichtprominenter Menschen eingreifen« (ebd.: 199). Dies korrespondiert mit den Ergebnissen aktueller (medien-)wissenschaftlicher Forschungen, die als bedeutungsvolles Kriterium für Relevanzentfaltung von Medientexten bei Rezipierenden die Anschlussfähigkeit dieser an lebensweltliche Themen der Personen nachweisen.

Die Diskurse um Reality TV im deutschen und angloamerikanischen Sprachraum entwickelten sich vergleichsweise autark, obwohl das Genre international erfolgreich ist und viele Formate global verbreitet sind. Verweise auf die englischsprachige Forschung sind in der Literatur aus dem deutschen Sprachraum eher marginal (vgl. u. a. Klaus 2008, Thomas 2010.). Trotz der zeitlich früheren Entstehung des Genres Reality TV in den USA entwickelte sich der wissenschaftliche Diskurs dort nicht wesentlich früher als in der deutschsprachigen Literatur⁴: Ähnlich wie im deutschsprachigen Raum fand mit den 2000er Jahren ein enormer Anstieg der englischsprachigen akademischen Literatur zu Formaten des Reality TV statt. Die theoretischen Perspektiven auf das Genre allerdings sind hier bis heute vielfältiger und umfangreicher. Ein Grund mag sein, dass das Reality TV im englischsprachigen Raum eine deutlich größere Vielzahl und -falt an Sendungen aufweist. Auch fällt auf, dass in der englischsprachigen Literatur andere Vorgehensweisen und Schwerpunkte gewählt werden. Während die deutschsprachigen AutorInnen i. d. R. zur Bestimmung des Genres den Weg über Theoretisierungen und systematische Einordnungen wählen, findet sich in der englischsprachigen akademischen Literatur eher selten die Herangehensweise, die verschiedenen Formate und Sendungen des Reality TV in Subgenres einzuordnen. Häufiger wird dagegen der Zugang gewählt, die diversen Sendungen in Entstehung und Verlauf zu systematisieren. Die englischsprachigen Arbeiten nähern sich dem Genre vielfach in Form inhaltsanalytischer Untersuchungen der Medientexte, die vergesellschaftend begriffen werden, unter dem Fokus virulent-aktueller gesellschaftspolitischer (Einzel-) Themen. In den deutschsprachigen Arbeiten wird zwar ebenso der Zugang gewählt, Sendungen des Reality TV als Blaupause zu verwenden, anhand der zeitgenössische Problemfelder sicht- und analysierbar werden. Häufiger aber werden universell-allgemeine Themen wie Identität, Arbeit oder Geschlecht verhandelt und empirisch medienanalytisch und/oder mit Rezeptionsstudien beforscht. Systematisierungen des Reality TV qua der Unterscheidungen über potenzielle Interventionen der Sendungen wie bei Keppler (1994) oder Klaus/Lücke (2003) finden sich in der englischsprachigen Literatur nicht. Die Definitionen des Genres sind i. d. R. allgemein gefasst und stellen die »Realitätsnähe« in Form »realer« ProtagonistInnen, Ereignisse oder Settings in den Vordergrund. So definiert Deery (2015) Reality TV als »preplanned but mostly unscheduled programming with non-professional actors in non-fictional scenarios.« (Ebd.: 3) Für eine weitere Untergliederung schlägt die Autorin vor, das Genre zu systematisieren nach »topic« oder »format structure and dynamics« (ebd.: 12). Inhaltlich ähnlich ist Kraszewskis

4 Hill (2015) sieht als Auslöser für den wissenschaftlichen Diskurs den weltweiten Erfolg des *Big Brother*-Formats.

(2017) Definition, der Reality Television beschreibt als »programs that show real people (not trained and/or unionized actors) in real locations (not a television studio) functioning in situations that were constructed by television producers.« (Ebd.: 15) Kraszewski legt besondere Betonung auf den Ort, an dem die Sendungen stattfinden, anhand dieses Kriteriums systematisiert er das Genre. Dadurch schließt Kraszewski Sendungen wie Musik-Castingshows, die hauptsächlich in Studios gefilmt werden, aus dem Genre aus. Murray und Ouellette (2009) diskutieren Reality TV ebenfalls unter dem Fokus auf Realität und Authentizität. Für die Autorinnen stellen diese Formen der Inszenierungen das wesentliche Alleinstellungs- und Erfolgsmoment von Reality TV dar:

»What ties together all the various formats of the reality TV genre is their professed abilities to more fully provide viewers an unmediated, voyeuristic, and yet often playful look into what might be called the ›entertaining real‹. This fixation with ›authentic‹ personalities, situations, problems, and narratives is considered to be reality TV's primary distinction from fictional television and also its primary selling point.« (Ebd.: 5)

Mit zunehmender Popularität der Formate, so Murray/Ouellette, spielt die »tatsächliche« Wahrhaftigkeit des Inhalts und die Integrität der ProtagonistInnen immer weniger eine Rolle. Jedoch sind die RezipientInnen durch ihre Sozialisierung mit Formaten des Reality TV durchaus in der Lage, deren Inszenierungscharakter zu durchschauen, und sie erleben eben diese Mehrdeutigkeit als lustvoll. Überdies stellen die Autorinnen heraus, dass Reality TV ein Genre ist, das konvergent und häufig interaktiv genutzt wird und den RezipientInnen darüber Aktivität und Teilhabe bereitstellt. So ermöglicht Reality TV neue, demokratische Formen kultureller Partizipation, bspw. in Form von Podcasts, User Generated Content oder Webserien. Daneben fokussieren Murray/Ouellette auch die industriell-ökonomische Seite des Reality TV. Vor allem als relevant sehen die Autorinnen die sich wandelnden Produktionsbedingungen und die Kommerzialisierung der Fernsehindustrie, die Reality TV einst ermöglicht hat und deren Entwicklung inzwischen stark durch das Genre beeinflusst wird, bspw. die niedrigen Produktionskosten, Produktplatzierungen und neue Medientechniken. Ouellette (2016) verwendet den Terminus *Lifestyle TV* quasi als Hyperonym zu Reality TV⁵. Sie versteht *Lifestyle TV* im Sinne eines multidimensionalen Konstrukts als »platform for self-making, a dimension of marketing and branding strategies, and a cultural technology for shaping and regulating citizens.« (Ebd.: 5) Als eine der wenigen AutorInnen im angloamerikanischen Raum, die sich um eine umfassende theoretische Einordnung der Sendungen in ein Schema bemüht, unterteilt Ouellette das Genre in Untergruppen: Coachingshows/Ratgebersendungen (»How-To and Advice Programs«), Makeover-Sendungen, Talk Shows und Doku Soaps (vgl. ebd.: 11ff.). Als spezifisches Moment, das allen diesen Formaten innewohnt, konstatiert Ouellette das Nicht-Fiktionale der Sendungen sowie den Fokus auf Selbstführung und Lebensstil: »While their concerns and conventions vary, all of these formats contribute to the project of lifestyle and ›operate‹ as non-fiction focused on self-making and lifestyle« (ebd.: 20).

5 Sender (2014) zufolge ist der Begriff *Lifestyle TV* in Großbritannien gängig für Sendungen des Reality TV.

Auffällig ist, dass bei vielen der englischsprachigen Untersuchungen die RezipientInnen-Seite unberücksichtigt bleibt. Hill (2015) resümiert: »Given the wealth of studies on reality TV today, and the richness of interpretation on offer, it is surprising that audiences are still largely absent from this story.« (Ebd.: 19) Wenn überhaupt, so Hill weiter, würden ZuschauerInnen im negativen Sinne als passive NutzerInnen theoretisiert. Exemplarisch sollen als Ausnahmen die breit rezipierten Arbeiten von Skeggs/Woods (2012) und Hill (2015) genannt sein. Skeggs/Woods (2012) suchen durch ZuschauerInnen-Forschung einen empirischen Zugang zum Thema Reality TV. Ihr Schwerpunkt ist die affektive Seite der Rezeption von Reality TV und damit einhergehende Ambivalenzen. Theoretisch angelehnt an die Foucaultschen Konzepte zu Selbstinszenierung, Macht und biopolitischer Reg(ul)ierung befragten Skeggs/Woods ZuschauerInnen von Reality TV. Dabei setzen sie sich von der grundsätzlichen Annahme einer »einfachen« Übernahme der hegemonialen Lesart durch die RezipientInnen ab und nehmen bspw. soziale Ungleichheiten der sozial situierten ZuschauerInnen in den Blick, die die Autorinnen u. a. über die Variablen »race«, Schichtzugehörigkeit und Alter operationalisieren. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen eine starke Involviertheit im Sinne einer (affektiven) Bezugnahme der Befragten zwischen den medialen ProtagonistInnen und dem eigenen Leben. Darüber, so die Autorinnen, kann Reality TV auch in Prozesse der Identitätsbildung eingreifen: »Our research showed how research respondents placed themselves in the same circuits of value to those of the television participants, as if they too may be subject to similar judgments.« (Ebd.: 41) Auf dieser Ebene lehnen viele der befragten Frauen die im Reality TV inszenierten ideologischen Rahmungen, bspw. zur Anleitung als »good citizen«, partiell ab (ebd.: 155). Da die ZuschauerInnen die Brüchigkeiten und Ambivalenzen der ProtagonistInnen wahrnehmen, ist auch ihre Aneignung der Medientexte von Ambivalenzen geprägt, so die Autorinnen. Darüber, so resümieren sie, kann Reality TV auch in Prozesse der Identitätsbildung eingreifen. Teilweise wird den Autorinnen der Vorwurf gemacht, die aktive Haltung der RezipientInnen überzubewerten und zu idealisieren. Dennoch stellen die umfangreiche Untersuchung und das Resümee, dass die Rezeption ein wesentliches Moment ist, um Reality TV (auch) im wissenschaftlichen Rahmen verstehen zu können, einen relevanten Beitrag zum Diskurs um Reality TV dar.

Ebenso sind die Forschungen von Hill (2005, 2007, 2015) von zentraler Bedeutung; auch im deutschsprachigen Raum wird auf ihre Arbeiten referenziert. Wie für Skeggs/Woods (2012) ist es auch für Hill wesentlich, Reality TV nicht isoliert, sondern kontextbezogen als soziales Phänomen zu betrachten. Dessen Medientext versteht Hill nur als sinnhaft im Rahmen der Rezeption und gesellschaftlichen Diskurse, d. h. »its role in broader debates within popular culture, in social, political and cultural contexts.« (Hill 2015: 7) Hill bezieht dezidiert dazu Stellung, keine Definition von Reality TV liefern zu wollen. Sie analysiert Reality TV als »Gattungshybriden«, als unabgeschlossenes, »ungezähmtes« Genre, das sich einer Definition widersetzt (ebd.: 140). Die unterschiedlichen Sendungen systematisiert Hill – ähnlich wie Kraszewski (2017) – in Abhängigkeit vom Raum/Setting, in dem diese stattfinden. Auf der einen Seite sieht Hill die *reale Welt* (*real-world spaces*) (Hill 2015: 9), in der bspw. Serien wie *Duck Dynasty* oder *A Very British Airline* angesiedelt sind. Diese sieht Hill gekennzeichnet durch

einen Mix aus inszenierten und authentischen Elementen und dadurch, dass die ProtagonistInnen reale Personen sind (vgl. ebd.). Als zweite Kategorie verortet Hill Sendungen, die im Rahmen von *Fernsehräumen* (television spaces) in speziell geschaffenen Räumlichkeiten stattfinden. Als Beispiele dafür nennt Hill *Big Brother* oder *Pop Idol*. Die ProtagonistInnen in diesen Shows agieren sowohl als TeilnehmerInnen – i. d. R. an einem Wettbewerb – als auch »sie selbst«. Diese Formate als die populäreren sind es, die Hill in ihrem Buch ausführlich analysiert über vier zentrale Facetten, die im Ganzen zwar keine konsistente Einheit ergeben, aber dennoch einen differenzierten Blick auf die Komplexität und Vielschichtigkeit von Reality TV und dessen Rezeption erlauben⁶.

Deutlich wird im angloamerikanischen wissenschaftlichen Literaturkanon, dass die Mehrheit der AutorInnen das Genre Reality TV ernst nimmt als relevante Instanz, in der sich hegemoniale Diskurse zeigen und deuten lassen. Meist interpretieren die Monographien und Artikel bestimmte Sendungen unter einer generellen Einordnung in das Genre Reality TV, seltener mit einer weiterführenden Spezifizierung in ein Subgenre. Reality TV stellt dabei im Rahmen des wissenschaftlichen Diskurses ein Schlagwort dar, das als Common Sense Implikationen bezüglich aktueller gesellschaftlicher Verhältnisse enthält, bspw. Heteronormativität, Neoliberalismus, Benachteiligung von Minderheiten. Themen, die Forschungen behandeln, sind u. a. Rassismus (Bell-Jordan 2008, Hasinoff 2008), Stereotypisierung von minorisierten Gruppen (Scott 2007, Cooke-Jackson/Hansen 2008), Klassenzugehörigkeit (Allen/Mendick 2012), Gewalt (Brenton/Cohen 2003) oder die Repräsentationen homosexueller/queerer Identität (Pullen 2004). Turner (2006) diskutiert die Verschiebung der Grenzen zwischen Gewöhnlichem und Prominenz durch Reality TV. Banet-Weiser/Portwood-Stacer (2006) stellen in einem Vergleich die veränderten Normalisierungen zur Herstellung von »Frau-Sein« in TV-Miss-Wahlen und Makeover Shows dar. Auch die industrielle

6 Hill (2015) bezieht sich bei jedem dieser Aspekte auf ein Format von Reality TV: Einen Abriss über die historische Entwicklung des Genres konturiert sie anhand des Aufschwungs von *Big Brother*. Hier zeigt sich nach Hill der Einfluss der ZuschauerInnen – durch die Popularität, die die Sendung erlangte, wurde sie zu einem global gehandelten Format und stellte den Beginn einer großen Welle von weiteren Reality TV-Sendungen dar. In *Performance of the Self* diskutiert Hill unter Bezug auf Goffmans *Wir alle spielen Theater* (2003) die Relevanz, die Reality TV in der zeitgenössischen Gesellschaft für die Selbstdarstellung gewonnen hat. Hill zeichnet dies anhand der Entwicklungen der (Selbst-)Inszenierungen von TeilnehmerInnen in Formaten des *Competitive Reality TV* nach. Im Laufe der Zeit, so Hill, wurde die Relevanz von Polarisierung, Übertreibung, Exaltiertheit immer zentraler und damit im Zusammenhang auch die Wahrnehmung und die Erwartungen der ZuschauerInnen an die TeilnehmerInnen sowie ihr eigenes Verhalten. Anhand von *Reality TV Experience* untersucht Hill, wie kommerzialisierte Erlebnisse, die in *Celebrity Formaten* geschaffen werden – bspw. in Form von Interaktivität durch (kostenpflichtige) ZuschauerInnen-Votings – und die Hervorbringung von professionellen Show-TeilnehmerInnen bei den ZuschauerInnen einerseits Identifikationsprozesse auslösen, andererseits Abwertungsprozesse. Hill betont wiederholt, dass die ZuschauerInnen den Sendungen und medialen Figuren nicht passiv/reaktiv gegenüberstehen sowie dass ZuschauerInnen Macht innehaben, bspw. in der Form, dass sich die TV-ProduzentInnen in einem wechselseitigen (Abhängigkeits-)Verhältnis zu den ZuschauerInnen befinden, die mittels Quoten über den Erfolg der Sendungen entscheiden. Am Beispiel von *Reality and Sports Entertainment* zeigt Hill, wie ZuschauerInnen über/in Reality TV zu ExpertInnen werden.

und/oder ökonomische Seite der Produktion von Reality TV ist Gegenstand vieler Arbeiten. Bspw. weist Magder (2009) einen Einfluss der verschiedenen »Wellen« des Reality TV auf die Fernsehindustrie nach. Jenkins (2009) diskutiert die von Industrie und ProduzentInnen geförderten Strategien, in denen Markenbindung und Interaktivität der ZuschauerInnen von *American Idol* stehen. Ein weiteres – kulturspezifisches – Untersuchungsfeld im Zusammenhang mit Reality TV ist die Hervorbringung von Bürgersein bzw. des guten Bürgers⁷ (McMurria 2008, Elliott 2012, Ouellette/Hay 2013). Ouellette/Hay (2013) zeigen, wie in Sendungen des Reality TV ZuschauerInnen durch gouvernementale Anleitungen zur (Selbst-)Disziplinierung als gute Bürger angerufen werden, die zu einem »happier, healthier, fitter America«⁸ beitragen sollen. Häufig sind die Untersuchungen (gesellschafts-/ideologie-)kritisch, thematisiert wird etwa die »Qualität« der Sendungen oder die reaktionären Ansichten, die sich hier zeigen.

3.2 Castingshows – Ein Subgenre und dessen Facetten

Castingshows stellen ein Subgenre des Reality TV dar, das in den frühen Jahren des 21. Jahrhunderts entstand und damit erst rund 20 Jahre nach Verbreitung der ersten Sendungen des Reality TV. Nichtsdestotrotz gibt es eine Vielzahl an wissenschaftlichen Arbeiten dazu. Die hohe Popularität, die Castingshows innehaben, sowie die zahlreichen Thematisierungen in der medialen Berichterstattung legen nahe, dass die Inhalte bedeutsame gesellschaftliche Felder berühren und ansprechen. In der deutschsprachigen Literatur wird *Germany's Next Topmodel* in das Reality TV-Subgenre Castingshows eingeordnet⁹. Dieses Subgenre ist inzwischen so ausdifferenziert, dass sich wiederum Sub-Subgenres bilden lassen, bspw. Model-Castingshows, Musik-/Musical-Castingshows, Tanz-Castingshows, allgemeine Talent-Castingshows, Beziehungs-Castingshows, Koch-Castingshows oder Berufs-Castingshows (vgl. Lünenborg/Töpper 2011). Wie eingangs in diesem Kapitel erwähnt, sind die Grenzen des Reality TV bzw. dessen Subgenres fließend. Da sich aufgrund dessen keine allgemeine Definition durchgesetzt hat, die Trennschärfe leisten kann, obliegt es den einzelnen AutorInnen, aufgrund welcher Kriterien die Zuordnungen zu den Subgenres erfolgen. So ließen sich etwa Kochsendungen, bspw. *The Taste* oder *Die Höhle der Löwen*, durch das Castingprinzip ebenfalls der Castingshow zuordnen. In dieser Arbeit wird im Anschluss an Hill (2015) und Kraszewski (2017) das Kriterium des Settings/der Räumlichkeiten zugrunde gelegt. Sendungen mit Castingprinzip, die ausschließlich in Fernsehstudios stattfinden, sollen außen vor gelassen werden. Denn insbesondere für diejenigen Szenen, die außerhalb der Fernsehstudios gedreht werden, ist kennzeichnend, dass sie über Strategien der Personalisierung, Dramatisierung

7 Für die Begriffe »citizenship« und »the good citizen«, die im englischen Sprachraum durchaus verbreitet sind, gibt es im Deutschen kein geläufiges Äquivalent.

8 So lautet der Claim, mit dem die analysierte Sendung *Shaq's Big Challenge* vermarktet wurde.

9 Im angloamerikanischen Diskurs ist der Begriff Castingshow nicht vorhanden. Dort werden Formate wie *America's Next Top Model*, wenn sie überhaupt in Form von (Sub-)Genres benannt werden, *talent shows*, *reality competitions*, *job search* oder *fashion-themed reality television show format* zugeordnet.

und Stereotypisierung der »emotionalen Informationsvermittlung« (Wegener 1994: 12) dienen¹⁰. In dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass dieses Moment für die Beforschung der Medienaneignung ein relevantes Kriterium darstellt.

Castingshows laufen seit Anfang der 2000er Jahre vor allem bei Privatsendern¹¹. Die meisten Castingshows in Deutschland stellen Ableger global gehandelter Formate dar. *Popstars* gilt als erste Castingshow, die in Deutschland ausgestrahlt wurde, sie lief 2000 bis 2015. Weitere populäre deutsche Castingshows sind *Deutschland sucht den Superstar* (seit 2003), *Germany's Next Topmodel* (seit 2006), *Let's Dance* (seit 2006), *Das Supertalent* (seit 2007), *The Voice of Germany* (seit 2012). Castingshows laufen i. d. R. mit einer Staffel pro Jahr. Die Folgen werden üblicherweise über zwei bis vier Monate wöchentlich ausgestrahlt. Zentrales Merkmal von Castingshows ist die Inszenierung eines Auswahlprozesses. Für alle Sendungen dieses Subgenres gilt, dass im Rahmen des Castings die TeilnehmerInnen »anhand bestimmter Kriterien (je nach inhaltlicher Schwerpunktsetzung der jeweiligen Show)« (Wijnen 2011: 2) bewertet werden. Die KandidatInnen werden im Laufe der Staffel bzw. der einzelnen Folgen durch ExpertInnen in spezifischen Fähigkeiten unterrichtet, die mit dem Inhalt der Sendung in Zusammenhang stehen. Diese müssen sie in korrespondierenden Aufgaben unter Beweis stellen. Als Instanz zur Bewertung fungiert eine Jury, die zumeist aus einer oder mehreren (Semi-)Prominenten besteht sowie mehreren Fachpersonen/ExpertInnen. In einigen Castingsendungen haben zudem die ZuschauerInnen die Möglichkeit, sich per Telefonabstimmung an der Abstimmung zu beteiligen. I. d. R. werden aus den TeilnehmerInnen wöchentlich eine oder mehrere Personen ausgeslektiert. Als Bewertungskriterium gilt offiziell, wie adäquat bzw. erfolgreich die gestellten Aufgaben erfüllt wurden. Häufig wird auch das generelle Verhalten der TeilnehmerInnen anhand der in der Sendung vorgegebenen Normierungen bewertet und als Basis für die Selektion miteinbezogen. In einigen Castingsendungen haben zudem die ZuschauerInnen die Möglichkeit, sich per Telefonabstimmung an der Abstimmung zu beteiligen. Am Ende jeder Staffel wird in einem Finale aus den übrig gebliebenen TeilnehmerInnen ein/e SiegerIn ermittelt; in einigen Castingshows, bspw. wenn eine Band gecastet wird, auch mehrere.

Castingshows sind als Thema breit diskutiert sowohl in der medialen Berichterstattung und im populärwissenschaftlichen Diskurs als auch in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur. Während im akademischen Diskurs Castingshows i. d. R. durchaus differenziert analysiert werden, ist der populärwissenschaftliche Tenor eher kritisch¹². In der Literatur existiert eine Vielzahl von Arbeiten zu Castingshows. Die meisten entstanden 2004 bis Anfang der 2010er Jahre. Viele AutorInnen

10 Entsprechend ließe sich argumentieren, dass die Sendung *Der Bachelor* alle Kriterien einer Castingshow erfüllt. Auch wenn den Teilnehmerinnen keine kognitiven oder motorischen Fähigkeiten gelehrt werden, durchlaufen sie im weiteren Sinne ebenfalls Lernprozesse, nämlich die Anpassung an (vom Bachelor) erwünschtes Verhalten, anhand dessen die Teilnehmerinnen bewertet und selektiert werden.

11 Talentshows, wie sie in den 1960er Jahren in Deutschland produziert und ausgestrahlt wurden, werden außen vor gelassen.

12 Werteverfall, Narzissmus, Banalität, Voyeurismus, psychische Schädigungen sind einige der Aussagen, von denen berichtet wird. Beispielhaft zeigt sich diese Tendenz an der medialen Berichterstattung zum Thema *Germany's Next Topmodel* und Essstörungen.

widmen sich in ihren Untersuchungen Teilaspekten von Subjektivierungsprozessen: Schwarz (2007) erkennt vergeschlechtlichte Identitätsarbeit sowie vergemeinschaftendes Potenzial (2006) durch Medienaneignung von *Starmania*. Müllensiefen et al. (2005) kommen in ihrer empirischen Untersuchung zu dem Schluss, dass RezipientInnen von Musik-Castingshows ein eigenes Bewertungssystem und Kompetenzen in Bezug auf musikalische Bereiche entwickeln. Leidenfrost/Schadler (2005) weisen in ihrer inhaltsanalytischen Untersuchung von *Starmania* die zentrale Inszenierung der KandidatInnen als »ordinary persons« nach, die ein Verhältnis zu den jugendlichen ZuschauerInnen »auf Augenhöhe« und darüber Identifikationsmöglichkeiten schaffen soll. Ein spezielles Augenmerk vieler Untersuchungen liegt auf Vergeschlechtlichungsprozessen (Sacher et al. 2005, Wiesinger/Schade 2005, Schwarz 2007, Budde 2010). Weitere Untersuchungsbereiche stellen Forschungen zur Jury dar – beispielhaft dafür sei von Appen (2005) genannt, der die Wertungen der Jurys als Spiegel gesellschaftlich vorherrschender Wertvorstellungen diskutiert –, wie ZuschauerInnen die Jury-Kritiken einschätzen (Götz/Bulla/Mendel 2013a) oder die Teilnahme an Castingshows. In letzterem Themenfeld befragten Götz et al. (Götz 2013, Götz/Bulla/Mendel 2013b) ehemalige TeilnehmerInnen von Castingshows zu ihren Erfahrungen und untersuchten die Faktoren zur Teilnahmebereitschaft bei Kindern und Jugendlichen (Götz/Bulla/Mendel 2013a). Wiederkehrende Fokusse sind außerdem die verschiedenen Facetten der Inszenierung von Alltag(-spraktiken) (Göttlich 2008, Klaus/O'Connor 2010) sowie Castingshows als Orte, an denen symbolisch die Bedingungen für Erfolg und Leistung verhandelt werden: Bspw. untersuchen Krotz/Lange (2010) die Zuschreibungen von Leistung und Stigmatisierung und Voirol/Schendzielorz (2014) die Praxen von Erfolg und Scheitern. Zusammengefasst lassen sich die Ergebnisse der Studien so lesen, dass Castingshows zeitgenössische Gesellschaftsverhältnisse widerspiegeln: Medienanalytisch zeigt sich, dass Castingshows in »klassischen Kategorien« wie Geschlecht, Ethnizität¹³, Alter, Herkunftsmilieu, Sexualität häufig tradierte Bilder transportieren. Bezüglich der Werte allerdings werden neoliberale Modelle dargestellt, in denen konkurrenziales Verhalten u. ä. inszeniert wird. Rezeptionsanalytisch wird evident in den Untersuchungen, dass die Sendungen relevant sind für Praktiken der parasozialen und Anschlusskommunikation und sich Prozesse der Übernahme/Affirmierung zeigen im Bereich der Subjektivierung oder von Einstellungen und Normen. Eine Auffälligkeit im Gesamtblick auf den Forschungskanon ist, dass Widerständigkeiten der aneignenden Personen kaum betrachtet wurden.

Auf ein Spannungsverhältnis zwischen Ergebnissen von Studien, die inhaltsanalytisch den Medientext selbst untersuchen, und rezipientInnenorientierten Studien machen Klaus/O'Connor (2010) aufmerksam:

»Die Mehrzahl der vorliegenden Textanalysen teilt den kritischen Blick auf Castingshows. [...] Dort, wo Studien sich den wirklichen ZuschauerInnen zugewendet haben, zeichnen die Wissenschaftler ein viel positiveres Bild davon, wie das Publikum sich mit den Sendungen des Reality TV auseinandersetzt.« (Ebd.: 52f.)

13 Es gibt in der deutschsprachigen Literatur wenige Studien, die sich empirisch mit der Darstellung von Ethnien in Castingshows beschäftigen.

Da deutlich mehr Studien existieren, die inhaltsanalytisch den Medientext in den Blick nehmen, gilt es, die Forschungslücke an rezipientInnenorientierten Untersuchungen zu schließen, um ein differenziertes Bild zu ermöglichen.

3.3 *Germany's Next Topmodel* – Formales zur Sendung

Die Sendung *Germany's Next Topmodel* lässt sich als »exemplarische Vertreterin« für Castingshow und Subgenre des performativen Reality TV (vgl. Klaus/Lücke 2003) betrachten. Untypisch scheint *Germany's Next Topmodel* nur in der Hinsicht, dass die Sendung eine Model-Castingshow ist und nicht wie der sonstige Großteil eine Musik-Castingshow. Von Letzteren laufen bzw. liefen im deutschen Fernsehen diverse Formate und Sendungen. An Model-Castingshows stellt *Germany's Next Topmodel* in Deutschland bisher das einzig erfolgreiche, dauerhaft ausgestrahlte Format dar. Auch gab es im Vergleich mit Musik-Castingshows bisher deutlich weniger Versuche der deutschen Sender, alternative Model-Castingshows zu *Germany's Next Topmodel* zu etablieren. So gut wie alle Sendungen wurden nach einer Staffel aufgrund schlechter Quoten abgesetzt: VOX strahlte 2012 *Das perfekte Model* aus, die Sendung wurde nach der 1. Staffel aufgrund niedriger Einschaltquoten eingestellt. Ebenfalls 2012 lief auf Sat.1 die einzige Staffel der Sendung *Million Dollar Shootingstar*. Als Kandidatinnen nahmen professionelle Models teil. RTL suchte 2015 *Deutschlands schönste Frau*, auch diese Sendung lief allerdings nur in einem Jahr und wurde dann mangels Erfolg beendet. 2016 lief zum ersten Mal *Curvy Supermodel* auf RTLII, 2017 wurde die zweite Staffel ausgestrahlt. Im weiteren Sinne ließen sich noch *Die Talentsucher* (2009, VOX), *Sommermädchen* (2009, 2011, ProSieben) und *Die Model-WG* (2009, PULS4 und 2011, ProSieben) nennen.

Es liegt im deutschen Sprachraum keine nennenswerte wissenschaftliche Literatur zu Model-Castingshows bis auf *Germany's Next Topmodel* vor. Es wurde bisher auch kein Versuch unternommen, einen derartigen wissenschaftlichen Überblick oder eine Systematisierung von deutschsprachigen Model-Castingshows vorzunehmen¹⁴. International gibt es einige Alternativen zum Topmodel-Format, bspw. *The Face* (u. a. in Thailand, Australien, USA, UK), *Kingfisher Calendar Model Hunt* und *Get Gorgeous* (beide Indien), *I Supermodel* (China), *Make Me a Supermodel* (Australien, UK, USA), *Mo'Nique's Fat Chance* (USA), *Model Latina* (USA), *She's Got the Look* (USA)¹⁵. Diese liefen allerdings ebenfalls wenig erfolgreich und wurden durchschnittlich nach zwei bis drei Staffeln eingestellt. Bis auf das Topmodel-Format laufen aktuell global nur drei bis vier Model-Castingshows.

Die Formatrechte für *Topmodel* gehören dem US-amerikanischen Medienkonzern CBS Corporation, der das Format in über 40 Länder verkauft hat. Das Format läuft aktuell weltweit, z. B. in Russland, Israel, Estland und länderübergreifend als *Africa's*

14 Eine fruchtbare Untersuchungsperspektive, die eine Forschungslücke schließen würde, wäre, die Aneignung von weiteren Model-Castingshows zu erfassen und im Vergleich zu *Topmodel*-Formaten zu untersuchen.

15 Mit Models, die älter als 35 sind, oder sogenannten Plus-Size- und Latina-Models gab es sogar Versuche der Schaffung von Sparten-Model-Castingshows.

Next Top Model oder *Caribbean's Next Top Model*. Erste Sendung des Topmodel-Formats, die ausgestrahlt wurde, ist *America's Next Topmodel*¹⁶. Moderiert wurde die Sendung von der Ideengeberin, Mitproduzentin und Hauptjurorin Tyra Banks, ein in den USA prominentes Model. *America's Next Topmodel* wurde 2015 nach 22 Staffeln mit dem Ausstieg Tyra Banks vorübergehend als eingestellt erklärt, seit 2016 läuft die Sendung als Reboot. Im US-amerikanischen Format wurde sich im Laufe der bisher 24 Staffeln an diversen Änderungen versucht, u. a. waren die Teilnehmerinnen von Staffel 17 ausschließlich ehemalige Kandidatinnen, an den Staffeln 20 bis 22 nahmen sowohl Frauen als auch Männer teil.

Im deutschen Format dagegen blieb das Konzept bis auf Wechsel in der Besetzung der Jury sowie der Einführung von zwei konkurrierenden Teams unter Leitung jeweils eines Jurors in der 11. Staffel weitgehend unverändert. *Germany's Next Topmodel* wird seit dem Start der Sendung im Jahr 2006 bei Pro7 gezeigt. Das deutsche Model Heidi Klum fungiert als Moderatorin, Jury-Vorsitzende und Coach. Die weiteren Juroren sind (bisher immer männliche) sogenannte Experten aus dem Mode(l)-Geschäft. Alle Staffeln folgen weitestgehend einer einheitlichen Struktur. Die Anzahl der Kandidatinnen, mit der die erste Folge startet, schwankt zwischen 25 und 120. In 10 bis 17 Folgen scheiden wöchentlich eine oder mehrere Kandidatinnen, die die Jury benennt, aus, bis in der letzten Folge aus drei bis vier Finalistinnen von den JurorInnen eine Siegerin gewählt wird. Die einzelnen Folgen sind narrativ so inszeniert, dass (scheinbar) chronologisch die Ereignisse seit der letzten Folge dargestellt werden. Dabei werden die Teilnehmerinnen gezeigt, wie sie von den JurorInnen oder anderen ExpertInnen unterrichtet werden im Hinblick auf spezifische Fähigkeiten, die als für das Model-Geschäft notwendig plausibilisiert werden. Die Kandidatinnen werden »gecoach« in Bezug auf die Beherrschung und Inszenierung ihres Körpers, Persönlichkeitseigenschaften, Darstellung vor der Kamera und auf dem Laufsteg. Die Anwendung des Erlernten, so die Narration der Handlung, müssen die Teilnehmerinnen in vorgegebenen Aufgaben, sogenannten Challenges, unter Beweis stellen. Darüber nimmt einen großen Teil der Folgen die Darstellung des (scheinbaren) Alltags im Zusammenleben der Teilnehmerinnen ein, inszeniert in Form eines »Blicks hinter die Kulissen«. Jede Folge endet mit einer abschließenden Prüfung und der Entscheidung der Jury. Als zentrale Inszenierungsstrategien sind deutlich erkennbar die im Literaturkanon genannten Kennzeichen von Reality TV: Emotionalisierung, Personalisierung, Intimisierung, Stereotypisierung (Wegener 1994, Bente/Fromm 1997, Klaus/Lücke 2003) sowie die Auflösung der Gegensätze von Authentizität und Inszenierung, Information und Unterhaltung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem (Klaus/Lücke 2003) zur emotionalen Informationsvermittlung (vgl. Wegener 1994). Narrative Struktur und Inszenierungsstrategien ähneln der Dramaturgie aus Soap Operas mit ineinander verwobenen Handlungssträngen, Festlegung der Kandidatinnen auf bestimmte (Stereo-)Typen, die für Wiedererkennbarkeit sorgen und Identifikation bzw. Abgrenzung erleichtern (vgl. Wijnen 2011: 4).

Die Einschaltquoten von *Germany's Next Topmodel* liegen i. d. R. über dem Senderdurchschnitt: Die Sendung hat zwischen durchschnittlich rund 3,8 Millionen (Staffel 4)

16 Die Sendung ist nach eigenen Angaben die »most successful and longest-running fashion reality TV series in history« (www.vh1.com/shows/americas-next-top-model, Stand 21.6.2017).

und 2,4 Millionen ZuschauerInnen (Staffel 10). Die aktuelle Staffel 12 hatte mit durchschnittlich 2,64 Millionen ZuschauerInnen den zweitschlechtesten Wert in der Laufzeit des Formats. Der durchschnittliche Marktanteil und die durchschnittlichen ZuschauerInnenzahlen bei den 14- bis 49-Jährigen – die für den Untersuchungsschwerpunkt dieser Arbeit relevante Altersgruppe – lagen zwischen 24,2 % (in Staffel 4) und 14,7 % (in Staffel 10) bzw. 2,89 (Staffel 4) und 1,6 (Staffel 10). In der aktuellen Staffel 12 lag der durchschnittliche Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen trotz der vergleichsweise schlechten Gesamt-ZuschauerInnenzahlen insgesamt bei 16,6 % und damit im »Mittelfeld« über alle 12 Staffeln gesehen¹⁷.

Speziell bei ZuschauerInnen sind Castingshows und hier insbesondere *Germany's Next Topmodel* populär. Castingshows zählen seit Jahren zu den beliebtesten Fernseh-Genres von Mädchen und Frauen, *Germany's Next Topmodel* zu den beliebtesten Sendungen. Laut den Werten, die das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) jährlich in seinen Grunddaten veröffentlicht, wurde 2016 allerdings *Germany's Next Topmodel* erstmalig von Mädchen nicht mehr am häufigsten als Lieblingssendung genannt. Eine Erfassung der Altersstruktur der ZuschauerInnen von *Germany's Next Topmodel* zeigt, dass diese weniger bei Kindern (wie dies bei anderen Castingshows, bspw. *Deutschland sucht den Superstar* der Fall ist), sondern insbesondere im Jugendalter beliebt ist. Dabei schauen vor allem die jüngeren Jugendlichen. Spätestens mit dem Übergang in die Zwanziger-Lebensjahre geht der Anteil der ZuschauerInnen zurück (vgl. Götz/Mendel 2016: 83).

3.4 Empirische Studien zur Aneignung von *Germany's Next Topmodel*

Der Fokus dieses Kapitels soll dezidiert auf Untersuchungen der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* liegen, da das Subgenre Castingshow mittlerweile so ausdifferenziert ist, dass sich die einzelnen Sendungen/Formate und deren Rezeption deutlich voneinander unterscheiden. Viele der im Folgenden aufgeführten empirischen Untersuchungen beforschen mehrere Castingshows und/oder Castingshows und weitere Sendungen des Reality TV (bspw. Coachingsendungen). In einigen Fällen lässt sich dabei nicht eindeutig differenzieren, auf welche (der) Sendung(en) sich die Angaben in der Literatur beziehen. Es wurde versucht, die Ergebnisse, die sich auf *Germany's Next Topmodel* beziehen, so gut wie möglich zu extrahieren.

Die Forschungsschwerpunkte der Studien zu *Germany's Next Topmodel* im deutschsprachigen Raum sind – im Vergleich mit dem internationalen Diskurs – übersichtlich. In der empirischen Forschung finden hauptsächlich Befragungen von Jugendli-

17 Ein Vergleich mit den Einschaltquoten der ältesten und populärsten Castingshow Deutschlands *Deutschland sucht den Superstar* zeigt, dass die ZuschauerInnen-Zahlen 2017 etwas besser waren als die von *Germany's Next Topmodel*: Es schauten durchschnittlich 3,76 Millionen ZuschauerInnen und die Sendung erreichte 19,0 % Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Die ZuschauerInnen-Zahlen der Staffel 2017 stellten allerdings mit Abstand die schlechtesten seit dem Start der Sendung dar. *Germany's Next Topmodel* dagegen verzeichnete 2016 und 2017 wieder steigende Zahlen nachdem 2012 bis 2015 die Einschaltquoten sukzessive sanken (vgl. www.quotenmeter.de/n/93409/quoten-check-germany-s-next-topmodel).

chen und jungen Erwachsenen statt, teilweise auch von Kindern. Untersucht wird vor allem die Aneignung der Sendung im Hinblick auf Identitätsbildung, diskutiert werden hier Aspekte wie Norm- und Wertebildung, (vergeschlechtlichte) Schönheitsideale, Frauen- und Männerbilder. Theoretisch verortet sind die Untersuchungen vor allem medienpädagogisch, körpersoziologisch, handlungs- und neuerdings partiell gouvernementalitätstheoretisch. Obwohl die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Aneignung von Castingshows und *Germany's Next Topmodel* bereits zu Anfang der 2000er Jahre einsetzte, dauerte es bis zu den ersten umfassenderen empirischen Studien noch einige Jahre. Eine der ersten dieser Untersuchungen führten Stach et al. 2008/2009 durch (Stach 2009, 2010, 2013). Die Rezeption der Sendung wurde untersucht in Gruppendiskussionen mit Jugendlichen. Die Herangehensweise der ForscherInnen hebt sich insofern von anderen Studien ab, als dass sie tiefenhermeneutische Analysemethoden anwenden¹⁸. Dabei wird zwischen manifesten und bewussten (ausgesprochenen, direkt beobachtbaren) sowie latenten und unbewussten (nicht direkt beobachteten, unausgesprochenen) Sinnzusammenhängen unterschieden. Stach et al. sehen die Sendung vor allem als Inszenierung von (weiblichem) Wettbewerb und Erfolg, die auf drei Ebenen zum Tragen kommen: 1. Lehr-Lernverhältnisse, 2. Arbeitskultur, 3. Körperinszenierungen. Als ambiguos interpretieren die AutorInnen dabei die manifesten und latenten Sinndimensionen: Manifest transportiere die Sendung eine Orientierung an Eigenschaften wie Professionalität, Anpassungsfähigkeit und Leistungsfähigkeit. Auf latenter Ebene allerdings werden die Kandidatinnen, ihre Unterordnung und Emotionalität abgewertet. In der Rezeption sehen die AutorInnen Unterschiede zwischen den Mädchen und Jungen: Während die Schüler eher Kritik äußern, sind die Schülerinnen der Sendung gegenüber positiv eingestellt. Vor allem Körperinszenierungen, Mobilität und damit verbunden der »Ausbruchs-Traum« (Stach 2013: 133) wirken auf die Mädchen anziehend. Eine wichtige Rolle spielt zudem das Aussehen der Kandidatinnen, über das vermittelt Stach et al. Geschlechternormen verhandelt sehen. Bei den Schülerinnen habe die Thematisierung der Körperästhetik ferner Vergleichsprozesse mit dem eigenen Aussehen und damit verbunden das Leiden vieler Mädchen am als defizitär wahrgenommenen Körper offenbart (vgl. Stach 2013: 130ff.).

Die Arbeit der ForscherInnen um Stach entstand in einem Gemeinschaftsprojekt mit der Forschungsgruppe um Prokop (Prokop et al. 2009, Prokop/Stach 2012). Auch Prokop et al. wenden tiefenhermeneutische Analysemethoden an, um Inhalt und Rezeption von *Germany's Next Topmodel* zu untersuchen. Die ForscherInnen führten dafür Gruppendiskussionen mit Studierenden der Erziehungswissenschaft durch¹⁹. Die Ergebnisse, die Prokop et al. zu Inhalt der Sendung sowie der Rezeption dieser resümieren, stellen kritische Aspekte in den Mittelpunkt: Generell würden die Inhalte der

18 Durch diese spezielle Herangehensweise des teilweisen assoziativen Zugangs kommt die Studie zu Ergebnissen, die unter anderem explorativ im Sinne von Primärforschungen fruchtbar sind. Darüber hinaus stellt sich allerdings die Frage, ob die Erkenntnisse aufgrund der sehr interpretativen und induktiven Methode verallgemeinerbar sind.

19 Dieses Sample wurde als Gegenentwurf zu den von Stach et al. (2009) befragten SchülerInnen gewählt. Ferner stehen die Studierenden, so die Annahme der AutorInnen, in ihrem Lebensentwurf dem in der Sendung inszenierten Modelleben konträr gegenüber und rezipieren die Sendung daher spezifisch.

Dramaturgie untergeordnet. Diese sei vor allem um Dramatik, zum Teil gar Voyeurismus bemüht, um die Aufmerksamkeit der ZuschauerInnen zu erreichen (vgl. dazu auch Lünenborg 2011). Die Kandidatinnen würden vornehmlich schematisch und herabsetzend dargestellt, in autoritären und streng hierarchischen Lehr-Lernverhältnissen. Insgesamt sehen die AutorInnen in der Sendung ein neues Bild hegemonialer Weiblichkeit etabliert, das losgelöst ist vom traditionellen Bild des Muttermythos oder des »weiblichen Part[s] in einem imaginären Paar« (Prokop/Stach 2012: 201).

Luca (2010a) befasste sich in einer kleinen Studie mit der Parakommunikation weiblicher junger Erwachsener zu *Germany's Next Topmodel*, indem sie Assoziationen einer Gruppe von Studentinnen zu einer Folge der Sendung erfasste. Sie unterteilte die Gruppe dafür in Nichtkennerinnen, Gelegenheitsseherinnen und Kennerinnen der Sendung. Als Ergebnis resümiert Luca unterschiedliche Rezeptionsarten, die sie mit der Häufigkeit der Rezeption im Zusammenhang sieht. Dabei differenziert Luca zwischen affektiven und kognitiven Reaktionen. Bei Nichtkennerinnen der Sendung zeigt sich primär eine negative affektive Beteiligung gepaart mit starker Kritik des Gesehenen, so Luca. Bei den Gelegenheitsseherinnen macht Luca ambivalente Rezeptionsprozesse aus. Diese artikulierten ebenfalls Kritik, andererseits zeigten sich teilweise Identifikationen. Auf der affektiven Ebene sieht Luca die »gesamte Bandbreite möglicher Parakommunikation mit den Medienfiguren« (ebd.: 214), zwischen Identifikationsmomenten mit den Kandidatinnen und der Moderatorin auf der einen Seite sowie Abgrenzungsprozessen auf der anderen. Bei der Kennerinnengruppe zeigten sich diese Reaktionen im Changieren zwischen Kritik und Distinktion auf der kognitiven Ebene und anteilnehmenden, emotionalen Reaktionen noch stärker.

In den Jahren 2009 bis 2011 entstand die Studie »Sehmotive, Wahrnehmung und Verarbeitung von aktuellen Reality TV-Formaten bei Heranwachsenden« (Hackenberg/Hajok/Selg 2011, Hajok/Selg/Hackenberg 2012)²⁰. Die Autoren kommen übergreifend zu dem Ergebnis, dass Castingshows im Leben von ZuschauerInnen eine wichtige Rolle spielen, besonders im jüngeren Alter und für Mädchen. Als Nutzungsmotive für *Germany's Next Topmodel* werden v. a. Sehlust und ästhetische Gründe genannt, bspw. »wegen der hübschen Kandidatinnen, ihrer außergewöhnlichen Outfits und der aufregenden Städte, in denen gedreht wird« (Hackenberg/Hajok/Selg 2011: 3). Besonders virulent werden die Medientexte, so die Autoren, wenn sie an Erfahrungen der ZuschauerInnen anknüpfen. Bei den Aushandlungen zu Verhaltensweisen und Eigenschaften der KandidatInnen zeigte sich in der Studie, dass Disziplin und Üben als vorbildhaft wahrgenommen wurde, Überheblichkeit oder Naivität dagegen zur Abgrenzung führten, da sie nicht den eigenen Wertvorstellungen entsprachen. Für die Kandidatinnen von *Germany's Next Topmodel* gaben die Befragten ferner an, dass sie nicht bescheiden sein dürften. Insbesondere für die Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel* gilt, dass die Kandidatinnen der Sendung sie stark beschäftigen. Hackenberg et. al. interpretieren die Bedeutsamkeit als so hoch, dass sie dadurch bei den Rezipientinnen gar eine »gewisse »Medienwirkung« entfaltet« (ebd.) sehen im

20 Die Autoren sind in den Bereichen Jugendmedienschutz und Medienbildung tätig. Die Perspektive der Studie ist entsprechend medienpädagogisch geprägt und auch im Hinblick darauf angelegt, relevante Fragen für den Jugendmedienschutz auszumachen.

Sinne einer Übernahme der medial inszenierten Maßstäbe für die eigene Attraktivität (vgl. Hackenberg/Hajok 2012: 120). Indizien dafür sehen die Autoren bspw. in einer »Integration der [...] repräsentierten (Schönheits-)Ideale in die persönlichen Strukturen« (ebd.) einiger Rezipientinnen und darin, dass für einige »Habitus und Ästhetik des Modelseins [...] ein attraktives Orientierungsangebot« darstellen (ebd.: 119). Die Auseinandersetzung mit (und gar Internalisierung von) aussehensbezogenen Idealen diskutieren die Autoren über die Initiierung von Vergleichsprozessen durch *Germany's Next Topmodel*. Zum genrespezifischen Moment der den Inhalt betreffenden Grenzübertretungen (vgl. Klaus/Lücke 2003) konstatieren die Autoren, dass die inszenierten und fiktionalen Elemente des scheinbaren Wettbewerbs der Castingshows von den Heranwachsenden teils nicht als solche wahrgenommen werden – und gerade dies einen Teil der Seh-Lust begründet: Die ZuschauerInnen folgen den »sie faszinierenden Sendungselementen entsprechend ihrer Inszenierung als unterhaltsames Spektakel« (Hajok/Selg 2012: 112). Diese Tendenzen sehen die Autoren insbesondere bei den jüngeren und bildungsfernen Jugendlichen.

Eine der wenigen Studien, die ländervergleichend Castingshow-Rezeption beforscht, stellt die Untersuchung von Klaus und O'Connor (vgl. Klaus 2009, Klaus/O'Connor 2010) dar. Die Autorinnen führten Fokusgruppeninterviews zur Bedeutung von Castingshows mit Jugendlichen in Irland und Österreich durch. Als ein zentrales Ergebnis resümieren die Autorinnen drei Ebenen, auf denen Castingshows für die Jugendlichen wirkmächtig werden: Als sozialer Kontext stellen sie einen Anlass bereit für Erlebnisräume und Anschlusskommunikation im familiären Bereich und/oder mit den Peers. Im Rahmen dessen finden auf der Basis der Medientexte zudem Aus- und Verhandlungen über Normen und Werte statt, in denen bspw. Gesehenes und Alltagserfahrungen abgeglichen werden. Als primäre Themen kristallisierten sich in den Interviews Fairness und Kooperation/Konkurrenz heraus. Die Autorinnen interpretieren dies als Reproduktionen zeitgenössischer Ideologien: »Die Kompetenz, mit anderen MitbewerberInnen zusammen zu arbeiten, gleichzeitig aber diese als Konkurrenz auszuschalten, hat unter der Prämisse eines neoliberal organisierten Arbeitsmarktes an Bedeutung gewonnen.« (Klaus/O'Connor 2010: 62) Außerdem (bzw. darüber vermittelt) stellten die Sendungen für die Jugendlichen beider Nationalitäten bedeutsames Material für die Identitätsarbeit dar. Als relevante Kategorien erwiesen sich Nationalität, Klasse, Geschlecht und Ethnie. Zusammenfassend heben Klaus/O'Connor als Ergebnis ihrer Untersuchung die Bedeutsamkeit der sozialen Eingebundenheit für die Medienaneignung hervor.

Lünenborg et al. (2011) bestimmen Interventionen in die Praxen von »Alltagsmenschen« als charakteristisches Moment für das (performative) Reality TV. Die AutorInnen zeigen, dass diese Eingriffe in allen Formen des Reality TV als Tabubrüche und Grenzüberschreitungen in Form von Skandalisierungen inszeniert werden – entweder durch die Sendung selbst oder durch die Berichterstattung dazu. In ihrer Studie beforschen Lünenborg et al. diese Skandalisierungen in »Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten« (ebd.) und untersuchen, »in welchem Umfang (quantitativ) und in welcher Weise (qualitativ) Provokationen in aktuellen Formaten des performativen Reality TV eingesetzt werden und im Kontext (medien)öffentlicher Debatten skandalisiert werden.« (Ebd.: 13) Für *Germany's Next Topmodel* ergeben die Ana-

lysen, dass die Mehrheit der Skandalisierungen in Form von Szenen auftritt, in denen »Kandidatinnen teilweise oder vollständig unbekleidet zu sehen sind« (ebd.: 80). Diese Inszenierungen werden von den ZuschauerInnen mehrheitlich nicht als Tabubruch gesehen, so die AutorInnen, sondern mit der Freiwilligkeit der Praxen der Teilnehmerinnen plausibilisiert. Außerdem habe sich im Vergleich der Staffeln die Häufigkeit der Szenen, in denen Konflikte zwischen den ProtagonistInnen gezeigt werden, erhöht. Die AutorInnen sehen hierin einen Indikator, dass »mehr emotionalisierende und dramatisierende Elemente in das Format aufgenommen wurden.« (Ebd.: 83)²¹ Jedoch gäbe es keinen Hinweis auf einen direkten Zusammenhang zwischen den Einschaltquoten und der Anzahl der Skandalisierungen. Lünenborg et al. kommen zu dem Ergebnis, dass insbesondere jugendliche ZuschauerInnen skandalisierte Inhalte in Castingshows bewusst wahrnehmen und reflektierten und dennoch und/oder deswegen lustvoll-voyeuristisch rezipieren. Für die ZuschauerInnen bietet die Aneignung eine – für ihre Entwicklungsphase typische – Möglichkeit, so die AutorInnen, sich von Erwachsenen im Allgemeinen und Eltern im Speziellen abzugrenzen und darüber ihre »Sehnsucht nach Grenzüberschreitung gegenüber Konventionen der Erwachsenenwelt gefahrlos (auszuleben)« (ebd.: 182). Ein Gewöhnungseffekt und darüber »systematische Grenzverschiebungen« (ebd.: 169) scheinen dennoch nicht aufzutreten.

Wijnen (2011) legt in ihrer Forschung den Schwerpunkt auf die Aneignung von Model-Castingshows im Alltag von österreichischen Jugendlichen. Ihr besonderer Fokus gilt der Rezeption der inszenierten Schönheitsideale. Die Untersuchung kommt zu dem Ergebnis, dass alle Befragten Castingshows gerne und regelmäßig rezipieren, Musik-Castingshows noch lieber als Model-Castingshows. Die Rezeption erweist sich als relevant für die Anschlusskommunikation und um mitreden zu können. Die Jugendliche bewerten die österreichischen Sendungen schlechter als die deutschen, sie gelten als »billig« und unprofessionell. Während die Jungen vor allem fasziniert sind vom Wettbewerbscharakter der Castingshows, setzen sich die Mädchen zum Teil intensiv und durchaus auch kritisch mit diversen Facetten der Sendung auseinander und entwickeln ein hohes Involvement. Für die eigene Identitätsentwicklung ziehen sich die Jugendlichen eindeutig positiv inszenierte Eigenschaften als alltagspraktische Vorbilder aus den Castingshows, bspw. Selbstbewusstsein, Selbstdisziplin, Kritikfähigkeit bei gleichzeitiger Kooperationsfähigkeit²². In Bezug auf die Rezeption der

21 Lünenborg et al. (2011) interpretieren auf der Basis von ExpertInnen-Interviews, dass bei *Germany's Next Topmodel* ein Spezialfall vorliegt, was die Verknüpfung von Vermarktungsstrategien mit provokativen Szenen angeht: Die Werbeindustrie, die bei *Germany's Next Topmodel* Product Placement und Werbeschaltungen kauft, hat demnach kein Interesse daran, über die Sendung skandalisierte Inszenierungen mit ihren Produkten bzw. deren Image in Verbindung zu bringen. In anderen Formaten des Reality TV dagegen würden sich Provokationen eher vorteilhaft für den Kauf von Werbezeiten auswirken, da diese als Mittel gesehen werden, um Aufmerksamkeit zu erzielen und dadurch die »Vermarktungsstrategie von Produkten positiv beeinflussen« (ebd.: 173).

22 In der Studie zeigten formal niedriger gebildete Jungen aus sozial schwachen, migrantischen Milieus eine besondere Affinität zu diesen Werten. Wijnen interpretiert dieses Ergebnis in dem Sinne, dass diese Jugendlichen mit schlechten Zukunftschancen hier eine Anleitung finden, um sich ihren Traum des sozialen Aufstiegs zu erarbeiten.

inszenierten Schönheitsideale geben die befragten Jugendlichen »perfekte Körpermaße« als relevantes Merkmal an, daneben aber scheinen vor allem Schönheitspraxen (vgl. Kapitel 2.4) bedeutsam, wie »auf das äußere Erscheinungsbild zu achten« (ebd.: 76) oder Selbstdisziplin zu besitzen. Die Jugendlichen abstrahieren hierbei, so Wijnen, zwischen »Fiktion« der Sendung und ihrem eigenen Alltag und betrachten das Gesehene nicht als Realität, sondern genießen vielmehr »das Besondere« (ebd.) im Rahmen der Rezeption der Sendung.

Mit der Bedeutung von Castingshows für den Alltag von Jugendlichen befasst sich auch eine Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) (Götz/Gather 2010a, 2010b, 2012). Als Ergebnis konstatieren die Autorinnen, dass die Sendungen insbesondere im Alltag der regelmäßigen ZuschauerInnen in Gesprächen und Gedanken eine wichtige Rolle einnehmen: Für die Einbindung in die Peergroup, die Verhandlung von Werten und Normensystemen sowie für die Positionierung gegenüber Gleichaltrigen und der Familie. Für die ZuschauerInnen von *Germany's Next Topmodel* erwiesen sich hierbei aussehensbezogene Themen als zentral. Zudem bauten die jugendlichen ZuschauerInnen starke parasoziale Beziehungen zu den Kandidatinnen auf, die einen »Großteil des Vergnügens bei der Rezeption« (Götz/Gather 2012: 89) ausmachen. Als »zentrale Beziehungskennzeichen zu den TeilnehmerInnen« resümieren die Autorinnen »Mitleben und Bewundern« (Götz/Gather 2010a: 3). Für die regelmäßigen Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel* erwiesen sich die Teilnehmerinnen ferner als bedeutsame mediale Bezugspersonen, da sie durch viele Übereinstimmungen eine Projektionsfläche und ein hohes Maß an Anschlussfähigkeit bereitstellen. In diesem Zusammenhang bieten die Castingshows, so Götz et al., Anknüpfungspunkte für informelle Lernerfahrungen in Bezug auf spezifische Eigenschaften: Leistungsorientierung, Selbstinszenierung, Anpassungsfähigkeit, die von den Castingshow-KandidatInnen sendungsübergreifend gefordert werden. Dadurch, so vermerken Götz/Melden (2016) dezidiert positiv, würde *Germany's Next Topmodel* auch alternative (narrative) Elemente in Bezug auf Protagonistinnen bereithalten. Denn damit stünden nicht wie sonst häufig (heterosexuelle) Beziehungsaspekte im Mittelpunkt, sondern »Leistung, junge Frauen, die sich ein Ziel gesetzt haben [...] und es mit viel Engagement und Aufwand verfolgen.« (ebd.: 93) Bezüglich Kritik an *Germany's Next Topmodel* zeigt sich, so die Autorinnen, dass die jugendlichen ZuschauerInnen nur zum Teil in der Lage sind, negative Beurteilungen zu verbalisieren und die medialen Inszenierungsstrategien zu erkennen. Die Autorinnen konstatieren, dass die ZuschauerInnen die Sendungen stattdessen größtenteils als »Abbildung der Realität« (Götz/Gather 2012: 90) begreifen. Das, so schließen sie, mache einen wichtigen Teil der Faszination der Sendung aus, denn dadurch erhalte *Germany's Next Topmodel* für die ZuschauerInnen Anschlussmomente und damit Bedeutung. In diesem Kontext diskutieren Götz/Gather (2012) die Berufsorientierung, die sie bei den regelmäßigen Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel* durch die Sendung geprägt sehen. Sie kontrastieren die Nennung des Wunschberufs Model von Mädchen in Studien, die i. d. R. im niedrigen einstelligen Bereich liegt, mit der Nennung bei *Germany's Next Topmodel*-Zuschauerinnen – hier geben 81 % an, Model sei ein Traumberuf für sie

(ebd.: 94)²³. In dieses Bild passt für die Autorinnen, dass die jugendlichen Zuschauerinnen Imitationen der Castingshowrituale – etwa der Entscheidungssituationen, der »Walks« oder Fotoshootings –, Identifikationsprozesse und Momente parasozialer Interaktion zeigten, die die AutorInnen deuten als »mimetisch-performative Inszenierungen« (ebd.: 92) im Sinne von »»Gebrauchsanweisungen« für die Selbstinszenierung« (ebd.: 94).

Die Studie legt einen besonderen Schwerpunkt auf die Rezeption der in *Germany's Next Topmodel* inszenierten Schönheitsideale und sucht in diesem Kontext Aspekte wie Selbstwertgefühl und Schönheitsempfinden der Rezipientinnen zu erfassen. Dass aussehensbezogene Aspekte eine wichtige Rolle in der Aneignung der Sendung spielen, sehen Götz et al. bereits in den Motiven für die Hinwendung bzw. dem Nutzungsmotiv gespiegelt. Die Antworten auf die Frage »Ich sehe *Germany's Next Topmodel* so gerne, weil...« interpretieren Götz et al. derart, dass ästhetische Aspekte, »Schaulust« bzw. »Voyeurismus« (Götz/Gather 2010a: 4) zentral seien.

Darst. 2: Die sechs Antworten mit der höchsten Zustimmung auf die Frage »Ich sehe die Sendung (Germany's Next Topmodel, Anm. der V.) so gerne, weil...« (Quelle: Götz/Gather 2012, eigene grafische Darstellung)

1. Schöne Menschen zu sehen. (79 %)
2. Die Fotos der Mädchen sind so schön. (78 %)
3. Mitfreuen, wenn es die Lieblingskandidatin besonders gut gemacht hat. (77 %)
4. Zu verfolgen, wie aus ganz normalen Mädchen Models werden. (76 %)
5. Zu wissen, ob man mit der eigenen Einschätzung richtig lag. (76 %)
6. Weil die Sendung auch aufregende Städte, Orte und Locations zeigt. (76 %)

Die Autorinnen stellen diese Aussagen in einen Kontext mit der hohen Bedeutung, die das Aussehen insbesondere für junge Mädchen hat (vgl. Götz/Gather 2010a). Daher übe *Germany's Next Topmodel*, als Sendeformat, in dem der Körper im Fokus steht, eine besondere Faszination auf die Mädchen aus. Ebenfalls in diesem Rahmen diskutieren die Autorinnen, dass sich in der Studie signifikante Unterschiede im Schönheitsempfinden zwischen regelmäßigen Zuschauerinnen der Sendung und den Nie-Seherinnen zeigen. So stellten Götz et al. bei Präferenzen bezüglich Abbildungen mit unterschiedlich inszenierten und proportionierten Frauentorsos in Unterwäsche fest, dass *Germany's Next Topmodel*-Zuschauerinnen diejenigen Bilder favorisierten, die professionell inszeniert sind und/oder typische Modellfiguren zeigen. Die Nicht-Seherinnen beurteilen eher die dünnen und/oder erotisierten Körper als ansprechend.

23 Gegen diesen Vergleich lässt sich einwenden, dass die befragten Zuschauerinnen durch den Kontext der Studie andere Frames aktualisierten als bei Studien, die allgemein Berufswünsche erfassen. Auch ist die implizierte Kausalrichtung problematisch. Es ließe sich genauso interpretieren, dass Mädchen mit Berufswunsch »Model« häufiger Sendungen wie *Germany's Next Topmodel* rezipieren.

Überdies diskutieren Götz et al. auf Basis der Studienergebnisse einen negativen Zusammenhang zwischen der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* und dem Körper-selbstbild der Zuschauerinnen. Die Frage »Wirst du durch die Sendung angeregt, über deinen Körper nachzudenken?« werde vor allem von jüngeren Jugendlichen bejaht; zudem würden viele der regelmäßigen Zuschauerinnen Antworten geben, die »Gefühle [...] zwischen Bewunderung und Neid« erkennen lassen und dass sie durch das Aussehen der Kandidatinnen zu Vergleichsprozessen angeregt werden (ebd.: 59). Daraus schließen die Autorinnen, dass durch die Rezeption von *Germany's Next Topmodel* der Anspruch, Modelmaße zu haben, für viele überhaupt erst als »identitätsrelevante Kategorie« (Götz/Gather 2010b: 59) entstehe und in diesem Zuge der eigene Körper kritischer betrachtet würde²⁴.

In einer weiteren Studie des IZI beforschen die Autorinnen (Götz/Bulla/Gather 2013a) die Vorstellungen, die Kinder und Jugendliche von der Teilnahme an einer Castingshow haben²⁵. Als Ergebnis konstatieren die Autorinnen Unterschiede in den Aussagen der Befragten im Zusammenhang mit der Häufigkeit ihrer Rezeption von Castingshows. Bspw. gehen VielseherInnen eher davon aus, dass die KandidatInnen in den Castingshows gerecht behandelt werden, dass die Teilnahme die größte Chance ihres Lebens darstellt und dass das in den Sendungen Gezeigte real und authentisch sei. Die Nichtseherinnen erweisen sich deutlich kritischer. Auch die eigene Teilnahme an einer Castingshow stellen sich Fans deutlich attraktiver vor als NichtseherInnen, insbesondere die weiblichen.

Das IZI weitete basierend auf den Ergebnissen der vorangegangenen Studien den Fokus auf das Thema Schönheitsempfinden und Körperzufriedenheit unter TV-Rezipientinnen in weiteren Untersuchungen aus. 2015 wurden die Ergebnisse zweier Studien vorgestellt, die das IZI in Kooperation mit dem Bundesfachverband Essstörungen e. V. durchführte (Götz/Mendel/Malewski 2015a, Götz et al. 2015b Götz/Mendel 2016). Die beiden Studienteile beschäftigten sich mit Essstörungen sowie dem Gedanken, »zu dick zu sein« (so der Titel der Studie) bei Fernsehzuschauerinnen, insbesondere der Sendung *Germany's Next Topmodel*. In beiden IZI-Studien kommen Götz et al. zu dem Ergebnis, dass *Germany's Next Topmodel* von Jugendlichen als symbolisches Material für die körperbezogene Identitätsarbeit genutzt wird (vgl. ebd.). Die gezeigten Körperinszenierungen sind demnach so bedeutsam, dass sie teilweise – insbesondere von Mädchen, die qua Disposition Körperbildstörungen aufweisen – in das Selbstschema übernommen werden und einen defizitären Blick auf den eigenen Körper stärken. Im Studienteil 1 befragten Götz et al. (Götz/Mendel/Malewski 2015a, Götz/Mendel 2016) Jugendliche und junge Erwachsene, die wegen einer Essstörung

24 Götz et al. (2010a) stellen dieses Ergebnis in einen Zusammenhang mit anderen empirischen Daten, bspw. der Dr. Sommer-Studie der Zeitschrift *Bravo*, die bei Mädchen – im Gegensatz zu Jungen – über die Jahre eine steigende Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper feststellt (vgl. ebd.: 60).

25 Die Studie zeigt eine in keiner anderen Untersuchung nachgewiesene Korrelation, nämlich von Bildungshintergrund und der Hinwendung zu Castingshows: »Je bildungsferner das Elternhaus, desto eher werden Castingshows rezipiert.« (Götz/Bulla/Gather 2013a: 6).

in klinischer/therapeutischer Behandlung waren, zur Rolle von Fernsehsendungen im Kontext ihrer Krankheit. Die Studie ergibt, dass für den Großteil der fast ausschließlich aus Mädchen und Frauen bestehenden Stichprobe *Germany's Next Topmodel* eine relevante Rolle spielt. Knapp drei Viertel der Befragten gaben an, die Sendung zu schauen, rund 40 %, alle Staffeln seit dem Start der Sendung zu verfolgen. Bezüglich der Nutzungsmotive machen die Autorinnen darauf aufmerksam, dass im Vergleich mit der IZI-Repräsentativstudie (Götz/Gather 2010a, 2010b, 2012) von den Befragten mit Essstörungen kaum Antworten, die in Richtung Schaulust/Voyeurismus deuten, genannt wurden.

Als auffällig nennen Autorinnen in diesem Kontext stattdessen die negative Haltung Heidi Klum gegenüber. Während in anderen Studien evident wird, dass (v. a. regelmäßige) ZuschauerInnen Heidi Klum positiv bewerten (vgl. u. a. Götz/Bulla/Gather 2013a), zeigt sich in dieser Untersuchung das entgegengesetzte Bild: »Fast alle befragten Mädchen und Frauen [...] gehen nicht davon aus, dass man erfolgreich wird, wenn man Heidi Klums Ratschläge befolgt, finden ihre Kritik überhaupt nicht gut und glauben auch nicht, dass Heidi Klum mit ihren Einschätzungen oft richtig liegt.« (Götz/Mendel 2016: 98) Zusammenfassend interpretieren die Autorinnen die Antworten zur Nutzung der Sendung in der Art, dass die befragten Mädchen mit Essstörungen kritischer in Bezug auf körperbezogene Aspekte sind als die in der vorangegangenen Studie von Götz et al. befragten regelmäßigen Seherinnen. Die Frage, ob eine Fernsehsendung sie in Bezug auf ihre Krankheit besonders beeinflusst habe, bejahten 71 % der Befragten²⁶. Auf die offene Frage hin, welche Sendung dies sei, wurde ungestützt *Germany's Next Topmodel* mit 39 % am häufigsten genannt. Auch auf die (offene) Frage, ob es eine Sendung gebe, die das gesellschaftlich herrschende Schönheitsideal widerspiegele, nannte die Mehrheit der Befragten (85 %) *Germany's Next Topmodel*. Eine ähnliche Anzahl (83 %) gab an, dass die Sendung ihrer Meinung nach Essstörungen verstärken könne. Götz et al. erklären diese Zusammenhänge vor allem mit den in der Sendung präsentierten Körperidealen, besonders den gewichtsbezogenen. Diese würden die Befragten als Maßstab für ihr eigenes Aussehen setzen und dadurch einen defizitorientierten Blick auf den eigenen Körper entwickeln bzw. verstärken.

Bezeichnend ist, dass diese Studie in der Öffentlichkeit eine große Resonanz hervorrief. Unter Headlines wie »Germany's next Topmodel – So schlank, so krank«²⁷, »Heidi Klum-Show kann krank machen«²⁸, »Wo die Unterhaltung aufhört: Germany's Next Topmodel zerstört das Selbstwertgefühl junger Mädchen«²⁹ wurde zahlreich

26 Bezüglich der Frage, inwiefern die Fernsehsendungen Einfluss auf die Entwicklung der Essstörung hatten, ergab die Untersuchung, dass die Sendungen einerseits die Befragten in bereits vorhandenen Entwicklungen bestärkte: »Sie trugen dazu bei, sich noch minderwertiger zu fühlen, und zeigten auf, wie sich das eigene Gewicht noch gezielter manipulieren ließe.« (Götz et al. 2015a: 62) Von anderen Befragten wurden Fernsehsendungen aber auch als Auslöser für ihre Krankheit beschrieben.

27 <https://www.spiegel.de/gesundheit/psychologie/gntm-und-magersucht-krankmachende-logika-1030294.html>, Stand 24.2.2019.

28 <http://meedia.de/2015/04/24/studie-zu-germanys-next-top-model-heidi-klum-show-kann-krank-machen/>, Stand 24.2.2019.

29 <https://editionf.com/germanys-next-top-model-essstoerungen-gefaehrlich>, Stand 24.2.2019.

berichtet. Die Ergebnisse der Studie wurden dabei meist verkürzt auf den Befund, dass die Befragten *Germany's Next Topmodel* als Auslöser ihrer Krankheit nennen. Es wirkte fast so, als sei die Untersuchung der Beleg dafür, dass sich alle Bedenken und Vorbehalte von Kulturpessimisten und Medienapokalyptikern als wahr erwiesen³⁰. Die durchaus differenzierten übrigen Ausführungen der Studie wurden in der Berichterstattung kaum thematisiert. Mikos (2015), der sich in einem Aufsatz mit den medialen Reaktionen auf die IZI-Studie auseinandersetzt, interpretiert diese Art der Berichterstattung als ein typisches Modell medialer Skandalisierung.

In einer weiteren Studie befragten Götz et al. (2015b) 6- bis 19-Jährige daraufhin, ob sie sich zu dick fühlten und ob sie *Germany's Next Topmodel* rezipieren. Erhoben wurde zudem der Body Mass Index (BMI) der Befragten. Die Ergebnisse zeigen, dass Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel* signifikant häufiger angaben, sich zu dick zu fühlen³¹. Bei den Befragten, deren BMI im Bereich Untergewicht lag, differierte dieser Wert zwischen Zuschauerinnen und Nicht-Zuschauerinnen am stärksten: »Bei untergewichtigen Mädchen, die Topmodel sehen, ist der Gedanke, zu dick zu sein, fast 5-mal häufiger als bei untergewichtigen Mädchen, die niemals Topmodel sehen.« (ebd.: 56f.)

Die Bedeutung von *Germany's Next Topmodel* für den Alltag von jugendlichen Mädchen und Frauen beforschen Thomas und Stehling (Thomas/Stehling 2012) in einer gouvernementalitätstheoretisch konturierten Aneignungsstudie. In den Fokus nehmen die Autorinnen insbesondere die Aushandlungen zu Ambivalenzen zwischen eigenbestimmter Selbst- und disziplinierender Fremdführung in den lebensweltlich-alltäglichen Erfahrungen der Befragten. Ambivalenz(-management) sowie Alltag(-serfahrungen) stellen für die Autorinnen zentrale Kategorien dar in der Medienaneignung sowie den äquivalenten Subjektivierungsprozessen. Ambivalenzen im Feld der neoliberalen Anrufungen zur Selbstführung sind, so Thomas/Stehling, bedeutsam, da sie ein relevantes Kennzeichen der kontemporär-gouvernementalen Gesellschaft darstellen (vgl. McRobbie 2010). Die neoliberalen Subjektivierungsprozesse und so auch die Medienaneignung sind demnach geprägt von diesen Anforderungen zur »Selbstformierung im Kontext neoliberaler Regierungsrationalitäten« (Thomas/Stehling 2012: 163) sowie den Strategien zum Ausbalancieren dieser. Im Sinne von Thomas' Begriff der Anschlussfähigkeit (Thomas 2010) prüfen die Autorinnen in der Studie, in welcher Form sich Aushandlungen im Spannungsfeld neoliberaler Selbst- und Fremdführungen in der Medienaneignung von *Germany's Next Topmodel* sowie den Alltagserfahrungen der Zuschauerinnen wiederfinden. Thomas/Stehling arbeiten drei zentrale Lesarten heraus, mit denen das Ausbalancieren von Ambivalenzen möglich

30 Auch eine andere IZI-Studie zu Castingshows führte dazu, dass »eine mediale Sau durchs Dorf getrieben« (Mikos 2015: 103) wurde: Götz et al. (2013b) befragten ehemalige TeilnehmerInnen von Castingshows zu ihren Erfahrungen und Erlebnissen. Der Großteil der anschließenden medialen Berichterstattung referierte auf ein einziges Teilergebnis und fand statt in dem Tenor, dass die Teilnahme an Castingshows depressiv machen könne. Mit Mikos zeigt dieses Phänomen paradigmatisch ein Lehrstück öffentlicher Berichterstattung: »Journalisten können anscheinend die Auswirkungen von Medien nur im Rahmen ihrer eigenen Allmachtsphantasien deuten, denn es liegt ihnen fern, anzunehmen, dass die Menschen mit den Medien machen, was sie wollen.« (Mikos 2015: 103)

31 Bei den Zuschauerinnen gaben dies 64 % an, bei den Nicht-Seherinnen 41 %.

wird: Hervorgehoben wird von den Befragten immer wieder die Freiwilligkeit der Handlungen im Rahmen der Sendung, damit geht für die Mädchen und Frauen Einwilligung und Handlungsmacht der Kandidatinnen einher. Diese Einordnungen legitimieren für die Zuschauerinnen die medialen Inszenierungen. Kritik daran wird zwar geäußert, verbleibt aber auf einer individualisiert argumentierenden Ebene, die sich auf die schlussendliche Formel bringen lässt, die Kandidatinnen wüssten, worauf sie sich eingelassen hätten und könnten jederzeit aussteigen. Eine weitere Lesart stellt die Rekurrenz auf Normalisierungen und Sachzwänge im Rahmen berufsspezifischer Anforderungen dar. Durch diese Interpretation rationalisieren die Befragten das Gesehene, so die Autorinnen, und immunisieren die Inszenierungen der Sendung weitestgehend gegen (kritische) Infragestellungen. Verstärkt wird diese Art der Aushandlung durch den Rekurs auf die eigene Lebenswelt, indem die Zuschauerinnen Parallelen zum eigenen Alltag nennen, in denen ebenfalls »Sachzwänge« (ebd.: 168) zum Tragen kommen. Als dritte Strategie konstatieren Thomas/Stehling den Umgang der Befragten mit den in der Sendung inszenierten (vergeschlechtlich-sexualisierten) körperbezogenen Normierungen. Die befragten Mädchen und Frauen stellen zwar die präsentierten Schönheitsideale in Frage und kritisieren sie zum Teil. Die Autorinnen weisen in diesem Kontext auf die häufige Herstellung von Bezügen hin, die die Befragten zwischen medial präsentierten Körperidealen und der Entstehung von Essstörungen bei »den anderen« ziehen. Allerdings sehen Thomas/Stehling dies als eine »vereinfachende Vorstellung von Medienkommunikation« (ebd.: 170); zudem lässt sich interpretieren, dass über Distinktionsprozesse (von »den anderen«) das Phänomen externalisiert und damit abgewehrt und abgewertet wird. Ferner konstatieren die Autorinnen, dass die problematisierten Inszenierungen von den Befragten auf Einzelphänomene reduziert werden, so dass eine systematische Kritik – an präsentierten Geschlechterrollen und gesellschaftlichen Normierungen – gar nicht erst zustande kommt. Insgesamt sehen die Autorinnen in diesen Argumentationen Strategien der Plausibilisierung und Legitimierung, die kennzeichnend sind für die Strategien, mit denen die Mädchen und Frauen auch in eigenen Lebenswelten agieren. Die Autorinnen schließen, dass die Gleichzeitigkeit von (selbst-)ermächtigender Agency und disziplinierender Unterwerfung bzw. der Umgang damit das Moment darstellt, das Zuschauerinnen am Reality TV anzieht, da es die Erfahrungen der alltäglichen Lebenswelten reproduziert.

Einen ähnlichen Fokus wie Thomas/Stehling setzt auch Stehling in ihrer Studie (2015), die in einem transkulturellen Vergleich die Aneignung des Topmodel-Formats durch US-amerikanische und deutsche Mädchen und Frauen untersucht. In Gruppendiskussionen mit 17- bis 28-jährigen Zuschauerinnen von *America's Next Topmodel* in den USA und *Germany's Next Topmodel* in Deutschland perspektiviert Stehling die alltagspraktischen Aneignungen der in den Sendungen transportierten »Anrufungen an ein vergeschlechtlichtes unternehmerisches Selbst« (ebd.: 16f.). Für Zuschauerinnen aus beiden Kontexten³² identifiziert Stehling – wie auch die Studie von Thomas/Stehling

32 Unter der transkulturellen Perspektive stellt Stehling umfassende Übereinstimmungen in der Aneignung der Topmodel-Sendungen fest. Diese zeigen sich durch eine »Nähe in Genre(-wissen), Wertvorstellungen und Themen, die von den Zuschauerinnen diskutiert wurden« (ebd.: 361). Be-

(2012) – Ambivalenzen in den Lesarten der Befragten sowie deren Diskursen zu den eigenen lebensweltlichen Alltagserfahrungen. Stehling (2015) konturiert diese als Strategien des Ambivalenzmanagements analytisch anhand der theoretischen Verortung ihrer Arbeit in postfeministische und neoliberale Subkategorien. Als postfeministische Strategien beschreibt sie:

1. Kritik an Sexualisierung vs. Trivialisierung in der Form, dass die Zuschauerinnen problematisierte Inszenierungen trivialisiert oder individualisiert-personifiziert erklären und/oder normalisieren.
2. Kritik an Schönheitsidealen vs. Legitimierung durch Sachzwänge, bei der – wie in der Studie von Thomas/Stehling (2012) – kritische Perspektiven, z. B. an Inszenierungen von Schlankheitsidealen, mit Reduktionen auf Einzelphänomene sowie Legitimierungen und Rationalisierungen durch Verweise auf professionelle Zwänge verbunden werden.
3. Kritik an Entmächtigung vs. Verweis auf Wahlfreiheit und Lerneffekte, bei der ähnliche Plausibilisierungen wie bei 2. sichtbar werden durch Verweis auf verschiedene Sphären, in diesem Fall verschiedene Berufsbranchen, für die die Befragten jeweils spezifische »Maßstäbe« ansetzen. So ordnen sie die o. g. Kritik vor dem Hintergrund des Model-Berufs als Lerneffekt und damit einhergehenden bekannten (i. S. v. absehbaren) Anforderungen an Professionalität ein.
4. Gleichzeitigkeit von Affirmation und Kritik durch Verweis auf Inszenierungslogiken und Reflexion der eigenen Rezeption. Hiermit macht Stehling (2015) darauf aufmerksam, dass die Zuschauerinnen zwar die vergeschlechtlich-sexualisierten Inszenierungen der Sendungen erkennen und thematisieren. Allerdings rechtfertigen sie sie größtenteils im gleichen Zuge genrekompetent (vgl. ebd.: 267) und mit Kenntnis des Diskurses zum Format durch die kommerziellen Zwänge des Fernsehens im Hinblick auf die Einschaltquoten und die daraus resultierenden »Inszenierungslogiken« (ebd.: 266).

Insgesamt sieht Stehling bei den Befragten eine Differenzierung unterschiedlicher Bereiche der Lebenswelten. Die Autorin diskutiert hier eine Dreiteilung in Öffentlichkeit, Privatheit und (unterschiedliche) professionelle Sphären. Die Trennung ermöglicht den

dingt sieht Stehling diese Homologien durch kulturelle Gemeinsamkeiten in Deutschland und den USA, die sich in Analogien der Sendungen sowie der Einbettung der Aneignung widerspiegeln. Stehling möchte in ihrer Untersuchung dezidiert keinen Kulturvergleich abbilden, sondern plädiert für einen *transkulturellen* Fokus, da hierbei die »Untersuchungsgegenstände [...] als spezifische *kulturelle Verdichtungen* verstanden werden, die auch über Grenzen von Nationalstaaten und -kulturen hinweg bestehen können« (ebd.: 18). Anders argumentiert bspw. Kraszewski (2017), der konstatiert, das US-amerikanische Reality TV sei nicht vergleichbar mit dem Genre in anderen Ländern. Kraszewski begründet dies mit den spezifischen ökonomischen Bedingungen in Folge des Zweiten Weltkrieges, die in den USA nicht zu vergleichen seien mit denen in Europa und das gesamte soziale Gefüge beeinflussen würden. In Form einer »unique national inflection of open space appearing on twentieth-century reality television« (ebd.: 18) und der Tatsache, dass »American reality television tries to win the consent for the political economy of social expulsion« (ebd.: 19), sei das US-amerikanische Genre einzigartig.

Frauen und Mädchen, so Stehling, die Auflösung von Ambivalenzen durch Trennung und Inszenierung von unterschiedlichen Teil-Selbsten sowie der entsprechenden Lesarten in Bezug auf *Germany's Next Topmodel*: Die in Castingshows positiv konnotierten, aber traditionell untypisch weiblich gelesenen Eigenschaften – bspw. konkurrenziales Verhalten, Ehrgeiz oder Durchsetzungsvermögen – werden der Berufswelt zugeordnet und im Rahmen dessen als legitim begriffen. Dagegen verhandeln die Zuschauerinnen für das Privatleben einerseits aber auch für die Öffentlichkeit Werte wie Fairness, Zurückhaltung, Freundlichkeit. Stehling interpretiert dies als »Entstehung und Benennung einer neuen ›Quasi-Öffentlichkeit des Professionellen‹, in der das ›weibliche‹ Subjekt als ein ›professionelles‹ Subjekt unterschieden wird vom privaten, aber auch vom öffentlichen Subjekt.« (Ebd.: 280).

Als neoliberale Strategien differenziert Stehling:

1. Umgang mit Autorität und Disziplinierung³³ Die von Stehling aufgeführten Aushandlungen ähneln denen, die sie auch als »Kritik an Entmächtigung vs. Verweis auf Wahlfreiheit und Lerneffekt« bezeichnet.
2. Kooperation/Konkurrenz: Hier verweist Stehling auf den Terminus *coopetition*, der die Gleichzeitigkeit von Wettbewerb und Gemeinschaft (vgl. ebd.: 306) wiedergibt, die als neoliberale Werte im Topmodel-Format sowie gesamtgesellschaftlich gefordert sind. Dieses Prinzip, das die Anpassungsfähigkeit und Affirmation gesellschaftlich-vermarktlicher Anforderungen erfordert, wird zwar thematisiert, es werden und auch Bezüge zur eigenen Lebenswelt geschaffen, aber nicht in Frage gestellt.
3. Identifikationen über Parallelen in beruflichen Alltagserfahrungen: In den Diskussionen zeigte sich, so Stehling, dass die Befragten Identifikationen mit der Sendung entwickeln, insbesondere »auf der Ebene der Aneignung neoliberaler Subjektivierung(en)« (ebd.: 324). Wenn die Zuschauerinnen Bezüge der Sendung zum Alltag der eigenen Lebenswelt herstellen, resümiert die Autorin, verhandeln sie diese meist in Bezug auf berufliche Kontexte.

In Anlehnung an die Forschung von Thomas/Stehling (2012) vermutet Stehling, dass diese Gleichzeitigkeiten kritischer und affirmativer Lesarten die Anziehungskraft des Formats begründen. Wie die meisten Autoren von Aneignungsstudien erkennt Stehling Castingshows bzw. *Germany's Next Topmodel* als bedeutsames Angebot für Prozesse der Identitätsbildung, da hier »Rezipierenden hinsichtlich aktueller gesellschaftlicher Themen Ressourcen zur Aushandlung von Normen, Wertvorstellungen und Subjektivierung(en)« (ebd.: 367) zur Verfügung gestellt würden.

33 Die von Stehling aufgeführten Aushandlungen ähneln denen, die sie auch als »Kritik an Entmächtigung vs. Verweis auf Wahlfreiheit und Lerneffekt« bezeichnet.

3.5 Zusammenfassung

Um Reality TV und Castingshows ist es in Deutschland ruhiger geworden: Vor allem in den ersten Zehnerjahren des 21. Jahrhunderts lief eine Vielzahl von Sendungen im Fernsehen, stetig wurden neue Formate entwickelt. Ihre große Popularität und Relevanz zeigte sich bspw. in den Zuschauerzahlen, der Präsenz der Sendungen in der Medienberichterstattung, aber auch in der wissenschaftlichen Literatur.

Die Schwierigkeit, Reality TV im Allgemeinen und Castingshows im Speziellen zu konturieren, stellt in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Genre quasi eine Binsenweisheit dar. Für die theoretische Verortung in dieser Arbeit ist der Ansatz von Klaus/Lücke (2003) produktiv anwendbar.

Die Darstellung von performativem und narrativem Reality TV sowie deren inhaltlichen und formalen Merkmalen entsprechen nach wie vor den zentralen Charakteristika, die für die Konturierung von *Germany's Next Topmodel* bzw. zum Verständnis der Aneignung notwendig sind.

Insgesamt kann konstatiert werden, dass die Mehrheit der empirischen Studien *Germany's Next Topmodel* im Hinblick auf ihre Einbindung in den Alltag und die lebensweltlichen Praxen der ZuschauerInnen betrachtet. Die unterschiedlichen Arbeiten kommen übergreifend zu dem Ergebnis, dass *Germany's Next Topmodel* für die RezipientInnen wichtig ist, insbesondere für Mädchen und Frauen. Die Sendung stellt demnach bedeutsames symbolisches Material insbesondere für Subjektivierungsprozesse bzw. Identitätsaushandlungen bereit. Dieses erweist sich als besonders relevant für die RezipientInnen, wenn es an ihre Erfahrungen und Lebenswelten anknüpft, also anschlussfähig ist. Alle Studien zeigen, dass körperbezogene Inszenierungen eine zentrale Rolle in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* spielen, ganz besonders in den weiblichen Lesarten. Übergreifend identifizieren die AutorInnen zudem leistungsorientierte Werte als virulente Momente in den Sendungen sowie den Thematisierungen durch die RezipientInnen. Bezüglich Kritik kommt die Mehrheit der AutorInnen zu dem Ergebnis, dass zwar einzelne Facetten an der Sendung von den ZuschauerInnen in Frage gestellt werden, strukturelle Kritik oder systematische widerständige Lesarten sich dagegen kaum zeigen.

Die studienübergreifende Erkenntnis, dass Castingshows eine wichtige Rolle spielen im Leben der Befragten, lässt sich grundlegend problematisieren, da eingewendet werden kann, dass im Zeitraum, in dem die meisten Untersuchungen durchgeführt wurden, Castingshows sehr populär waren³⁴. Hier kann die vorliegende Arbeit einen Beitrag leisten, da sie zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten die Aneignung von *Germany's Next Topmodel* empirisch untersucht: Im Jahr 2011, in dem – zumindest, wenn man die Einschaltquoten und Menge der wissenschaftlichen Arbeiten zum Thema zugrunde legt – die Popularität des Formats sehr hoch war, sowie im Jahr 2017, in dem die Hochzeit der Sendung überschritten war.

Ein weiterer Aspekt, der bei den vorhandenen bisherigen Forschungen zu *Germany's Next Topmodel* problematisiert werden muss, ist die Perzeption der Rezipierenden

34 Allerdings gilt dieser Einwand für viele Untersuchungen, da i. d. R. die wissenschaftliche Beschäftigung mit Themen mit deren Popularität einsetzt.

durch den Medientext. Dies zeigt sich praktisch daran, dass ein Großteil der Studien in ihren Fragen auf das Thema des Aussehens abhebt. Durch diese »gestützten Fragen« zum Medientext, so lässt sich einwenden, wird stets ein Framing vorgegeben, das die anschließenden Thematisierungen sowie Positionierungen der Befragten prägt und so die Gefahr birgt, die Aneignung des Bereichs Aussehen wichtiger erscheinen zu lassen, als es vielleicht ist. Erschwert wird dadurch die Perspektivierung von Aussehen in Relation zu anderen Themen der Sendung, die möglicherweise dieselbe oder eine höhere Bedeutung haben. Möglich wären dann nur bedingt Aufschlüsse über tatsächliche Relevanzsysteme der Subjekte.

Ebenfalls auffallend ist, wie selten die meisten Studien die Diskurse der Medientexte eingebettet in gesellschaftliche Verhältnisse konturieren, um darüber den Medien Diskurs als Reproduktion sozial wirksamer Normalisierungen zu perspektivieren. Die wenigen Studien, die dies leisten, konturieren wiederum hegemoniale Diskurse aus Gesellschaft und/oder Medien häufig als autarkes Wissen. Selbst in Forschungen, die im Anschluss an das Foucaultsche Gouvernementalitätskonzept argumentieren, wird sichtbar, dass sie das Konzept in diesem Sinne nicht konsequent anwenden und so letzten Endes ein repressives, isolierend-dichotomisierendes Machtmodell zugrunde legen. Aber: Die Subjekte, auf die die Diskurse einwirken, sind an deren Produktion beteiligt!

In dieser Arbeit werden Medien, (aneignende) Subjekte und der gesellschaftliche Kontext einbezogen, die dezidiert nicht als »autonome« Sphären perspektiviert werden. Auf der Basis der gouvernementalitätstheoretischen Verortung lassen sich für diese Arbeit erstens die Gesellschaft (im Falle des Untersuchungsschwerpunkts dieser Dissertation: die Leistungsimperative), Subjekte (die Jugendlichen) sowie Medien (*Germany's Next Topmodel*) als interdependente Teile eines Macht-Systems fokussieren, die in reziproker Verbindung stehen und von denen per se keines mächtiger ist als das andere. Die zeitgenössische Gesellschaft ist mit Foucaults Konzept ein Machtfeld, in dem sich Subjekte, hegemoniale gesellschaftliche Ideologien und Medien gegenseitig beeinflussen und Anerkennbares und Deviantes, Wünschbares und Nicht-Wünschbares, Sag- und Nicht-Sagbares hervorbringen.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, untersucht die Arbeit zweitens den beforschten Fokus, das Schönheitshandeln, flankierend zur Aneignung *medienunabhängig*. Denn nicht nur für die Erfassung von Medientexten, auch für die der *Medienaneignung* in Forschungen gilt, dass eine isolierte Erhebung zur Verzerrung von Ergebnissen führen kann. Die Lebenswelten der Mädchen als Vergleichsfolie sollen die Möglichkeit erweitern, die Medienaneignung und ausgehandelten Bedeutungen besser einordnen bzw. Relevanzen adäquater erfassen zu können.

4 Methodik

Dieses Kapitel stellt die Methodik der Arbeit vor: Die Teilbereiche des empirischen Vorgehens und die theoretischen Hintergründe werden im Folgenden näher erläutert und kritisch eingeordnet. Beschrieben werden die theoretischen Grundlagen qualitativer Forschung (Kapitel 4.1) und der Erhebungsmethode Gruppendiskussionen (Kapitel 4.2). Die Darstellung der Praxis ist gegliedert entsprechend dem Forschungsprozess (Kapitel 4.3): Die Planungsphase (Kapitel 4.3.1) anhand von Konzeptionen zum Leitfaden und Sample, dann das Vorgehen bei der Rekrutierung der Stichprobe. Im Rahmen der Erhebungsphase (Kapitel 4.3.2) wird das Sample beschrieben sowie der Ablauf der Gruppendiskussionen. Für die Auswertungsphase (Kapitel 4.3.3) wird die Datenerfassung und Transkription erläutert sowie die Auswertungsmethode Grounded Theory und der Ablauf der Datenanalyse.

Die Forschungsperspektive dieser Arbeit berührt einen Bereich, für den bisher wenig empirische Studien vorliegen. Zwar gibt es im breiteren Radius der Fragestellung – bspw. zu Schönheit, Körper, Selbstoptimierung, Castingshows, Identitätsentwicklung im Jugendalter usw. – viel Literatur in Form von empirischen Untersuchungen, Analysen, Interpretationen, Kommentaren in Wissenschaft und Forschung, Medienberichterstattung, öffentlicher Diskussion – scheinbar jede/r hat Vorwissen und eine Meinung in diesem Kontext. Die Herausforderung und Initialaufgabe dieser Arbeit bestand daher erst einmal darin, das Konvolut des Diskurses zu systematisieren und konzentrieren. Um danach zu entdecken, dass an empirischen Referenzarbeiten letztendlich nur ein Bruchteil übrigblieb und in der »Zuspitzung« der vorhandenen Ergebnisse für die Fragestellung dieser Arbeit gar eine Forschungslücke besteht.

Die Forschung dieser Arbeit stellte sich entsprechend als partiell explorativ heraus. Damit im Zusammenhang entwickelte sich sukzessive das Konzept, das Vorgehen dieser Arbeit als induktives zu gestalten, unter dem Leitstern qualitativer Forschungen von »Verstehensbereitschaft und -fähigkeit« (Heinze 2001: 66) und mit dem Anspruch, die Daten für sich sprechen zu lassen, um darüber in der Lage zu sein, die »Selbstkonstitution durch die Erforschten ein[zu]beziehen« und »die Diskursivität des Erhebungsprozesses an[zu]erkennen.« (Ebd.) So kristallisierte sich die Anforderung nach Verfahren heraus, die Rekursivität und Zirkularität von Empirie und Theorie im Erkenntnisprozess implizieren. Die abstrahierende Theoriebildung wird so erst im letzten Schritt,

quasi in einer Zusammenführung aller Erkenntnisse, geleistet. Diese Herangehens- und Vorgehensweise legte die Wahl einer sowohl qualitativen Forschungs- wie auch Auswertungsmethode nahe. Denn: »Eine zentrale Aufgabe qualitativer Forschung ist es, die damit verbundenen Selbst- und Weltdeutungen nachzuzeichnen und diese Bedeutung in ihrer normativen Bedingtheit zu hinterfragen.« (Wegener/Schuegraf 2013:4).

Der Fokus dieser Arbeit sind nicht individuelle Deutungsrahmen oder psychische Dispositionen zur Medienaneignung oder zum »Sich-schön-machen«. Mit einer soziologisch geprägten Fragestellung stehen für diese Arbeit stattdessen Wissensordnungen und Sinnstrukturen im Mittelpunkt, die auf gesellschaftlich gerahmte Machtverhältnisse im Foucaultschen Sinne hindeuten: Machtvolle Diskurse, Normalisierungen, Modi, Rationalitäten, die sich in Gesellschaft, Medien, Subjektivierungsprozessen wechselseitig stimulieren, hervorbringen, prägen und entsprechend hier sichtbar werden. Eine Stärke, die Gruppendiskussionen für die Fragestellung dieser Arbeit bieten, ist die Möglichkeit der Entstehung von Selbstreferenzialität. Denn darüber können Relevanzstrukturen, aber genauso Auslassungen und Leerstellen und so Selbstverständlichkeiten und Normalisierungen ans Licht treten. Die Grounded Theory kristallisierte sich für die Auswertung als die Methode der Wahl heraus, da diese bei qualitativen Daten und explorativem Vorgehen ihre ganz eigenen Stärken und Potenziale entfalten kann: Durch zyklisches Vorgehen und permanenten Vergleich ermöglicht die Grounded Theory die Generierung von Erkenntnissen aus dem Material selbst, da das Herausarbeiten der Sinnhorizonte der Befragten von den Daten selbst vorgegeben wird.

Die Entscheidung, jugendliche Mädchen zu befragen, entstand im Forschungsprozess in einem Zuge mit der Festlegung auf *Germany's Next Topmodel* als zu untersuchenden Medientext: Für die Auswahl von *Germany's Next Topmodel* als Sendung, anhand derer Medienaneignung im Hinblick auf die Forschungsfrage untersucht wird, sprachen mehrere Gründe. Zum einen war die Sendung zum Zeitpunkt des ersten Erhebungszeitpunktes im Jahr 2011 bei Mädchen die beliebteste Sendung im Fernsehen (vgl. Kapitel 2.3.2). *Germany's Next Topmodel* schien/scheint insbesondere bei jugendlichen Mädchen zu resonieren und anschlussfähig zu sein. Eine Befragung zur deren Medienaneignung ließ erwarten, dass sich relevante Wissensordnungen und Sinnstrukturen zeigen. Zum anderen war anzunehmen, dass der Rekrutierungsprozess durch den Hinweis auf eine Befragung zu *Germany's Next Topmodel* erleichtert würde. Tatsächlich stießen die Anfragen auf vergleichsweise hohes Interesse, sowohl bei den jugendlichen Mädchen als auch den pädagogischen MitarbeiterInnen in den Jugendzentren. Unter PädagogInnen wird die Sendung, dies bildet sich in der Literatur ab, größtenteils kritisch gesehen. Für die MitarbeiterInnen der Jugendfreizeiteinrichtungen, diese Rückmeldung kam vielfach im Laufe der Datenerhebung, stand daher als »erwünschter Nebeneffekt« der Befragung im Vordergrund, dass die Mädchen durch die Fragen in den Gruppendiskussionen zur Reflexion über die Sendung angeregt werden. Auch deutete sich in der Kommunikation mit den MitarbeiterInnen öfter die – offensichtlich als selbstverständlich vorausgesetzte – Erwartungshaltung an, dass die Fragen und/oder die Ergebnisse der Datenauswertung dieser Arbeit kritische Aspekte der Sendung fokussieren. Dies rührt vermutlich daher, dass der Großteil der Forschungen zu *Germany's Next Topmodel* einen kritischen Tenor zu – i. d. R. übereinstimmenden Aspekten – der Sendung aufweist. Eine kritische Perspektive, dies spiegelt sich in diesen Erfahrungen wider, scheint

Common Sense zu sein. Bei den jugendlichen Mädchen als Zielgruppe für die Befragungen bestand die – berechnete – Hoffnung, dass Gruppendiskussionen in einer Realgruppe mit vertrauten Peers in vertrauter Umgebung zu einer Fernsehsendung, zu der sie eine Beziehung haben und in deren Feld sie sich kompetent fühlen und eine Meinung haben, eine gute Ausschöpfungsquote erzeugt.

Jugendliche Mädchen liegen aus mehreren Gründen nahe als Stichprobe für die Erhebung. Diese stellen die wichtigste Zielgruppe von *Germany's Next Topmodel* dar und die Gruppe von ZuschauerInnen, bei denen die Sendung die höchste Popularität hat. Darüber hinaus wurden bewusst jüngere Jugendliche gewählt: In diesem Alter findet Subjektwerdung, die Suche nach Orientierung und Vorbildern ebenso wie Medienaneignung i. d. R. in besonderer emotionaler Intensität und deutlicher ausgeprägt statt als bei Älteren (vgl. Kapitel 2.2 und Kapitel 2.3). Dazu kommt, dass möglicherweise Effekte von Antworten kultureller sozialer Erwünschtheit, im Sinne internalisierter allgemeiner Verhaltenserwartungen, selbstwertdienlicher Antworten u. ä. noch nicht so deutlich ausgeprägt sind. Die Aussagen der Mädchen spiegeln also im besten Fall Einschreibungen und Anrufungen wider, ohne zu stark gefiltert zu sein. Dies spielt insbesondere für den Fokus dieser Arbeit eine Rolle, da es sich dabei um einen stark ideologisch geprägten Bereich handelt, der gleichzeitig intime wie auch gesellschaftlich in der Debatte stehende Fragen berührt. Die Entscheidung für eine Befragung in gleichgeschlechtlichen Gruppen fiel, da dies die Rekrutierung erleichterte ebenso wie Gruppenprozesse sublimierte (vgl. Stach 2009 und 2012).

Eine inhaltsanalytische Auswertung des Medientextes ist kein Bestandteil der Empirie. Diese Arbeit versteht sich dezidiert als rezipientInnenorientiert. Zudem hätte eine Analyse der Sendung *Germany's Next Topmodel* den Rahmen dieser Arbeit gesprengt. Referenzen auf den Medientext finden sich dennoch in der Interpretation der Daten. Denn natürlich sind Kenntnisse des Medientextes und der Vorzugslesart von Bedeutung, um die Aneignung adäquat verstehen zu können. Wie in Kapitel 2 ausgeführt versteht diese Arbeit die für ihre Fragestellung relevanten Größen – Subjekte, Medien, Gesellschaft – unter Systemcharakter in einer integrierten Perspektive als relevante »Teilbereiche«, die in einer rekursiven Beziehung zu- und miteinander stehen. Diese Referenzen auf den Medientext basieren auf Literaturlage und Forschungsergebnissen (vgl. Kapitel 3.4) sowie der eigenen Rezeption der Verfasserin.

Eine immer wieder auftauchende Frage, die in jedem Forschungsprozess, insbesondere der Sozialforschung, reflektiert werden muss, ist,

»wie Forschende ihren Daten mit einem ›Bewusstsein‹ für deren Bedeutung im Kontext grundagentheoretischer wie auch (sozial-)theoretischer Vorkenntnisse begegnen, wie sie diese analysieren und entsprechende Prozesse der Interpretation, die Standortgebundenheit und Rückwirkungen auf den Untersuchungsgegenstand reflektieren können« (Aust/Völcker 2018: 134).

Als besonders bedeutsam in diesem Kontext stellte sich für diese Arbeit das selbstgesteckte Ziel, die Befragten und deren Positionierungen ernst zu nehmen. Wie bereits ausgeführt sind Forschungen zu Medien in Deutschland häufig durch eine problematisierende, kulturpessimistische, bewahrpädagogische Haltung gekennzeichnet (vgl. Kapitel 2.3.3 und Kapitel 3.4). Natürlich ist das Gegenteil davon, bspw. eine Über-

höhung der Aktivitäten von Medien-Rezipierenden, wie der Vorwurf an die Cultural Studies häufig lautet, ebenso zu problematisieren. Dennoch ist es dieser Arbeit ein Anliegen, sich davon zu distanzieren, mögliche eigene Sorgen aus der »erwachsenen« WissenschaftlerInnen-Perspektive auf die Daten bzw. die jugendlichen Befragten zu übertragen. Teil dessen ist, während des Forschungsprozesses permanent die »eigene theoretische Standortgebundenheit als Forschende« (ebd.) zu reflektieren, aber sich darüber hinaus auch als Subjekt mit eigenem Wissenshorizont, wie Vorannahmen und Vorurteilen, im »Auge zu behalten«. Denn wie Flick (1991) betont: »Daß der Forscher als zentrales kommunikatives ›Erkenntnisinstrument‹ bei der qualitativen Forschung nicht als ›Neutrum‹ im Feld und im Kontakt mit den (zu befragenden oder zu beobachtenden etc.) Subjekten agieren kann, liegt auf der Hand.« (Ebd.: 154)

4.1 Qualitative Forschung

Als zentrale Merkmale qualitativer Forschungen nennt Lamnek (2010) Offenheit, Forschung als Kommunikation, Prozesscharakter, Reflexivität von Gegenstand und Analyse, Explikation und Flexibilität. Kühn/Koschel (2018) nennen als weiteren Aspekt Alltagsorientierung. Qualitative empirische Sozialforschung wird vor allem eingesetzt, wenn im Mittelpunkt das Beschreiben, Interpretieren und Verstehen von Zusammenhängen, die Aufstellung von Klassifikationen oder Typologien und die Generierung von Hypothesen (vgl. Brüsemeister 2008) steht, da qualitative Forschung darauf abzielt, »zu einem besseren Verständnis sozialer Wirklichkeit(en) bei[zu]tragen und auf Abläufe, Deutungsmuster und Strukturmerkmale aufmerksam [zu] machen« (Flick et al. 2005: 14). Qualitative Methoden werden daher oftmals in Abgrenzung zu quantitativen als verstehende Methoden bezeichnet. Die Herausforderung qualitativer Forschung, die gleichzeitig die besondere Stärke wie auch Schwierigkeit dieser Verfahren darstellt, beschreiben Flick et al. (2005) sehr treffend. Demnach nutzt qualitative Forschung »das Fremde oder von der Norm Abweichende und das Unerwartete als Erkenntnisquelle und Spiegel, der in seiner Reflexion das Unbekannte im Bekannten und Bekanntes im Unbekannten als Differenz wahrnehmbar macht und damit erweiterte Möglichkeiten von (Selbst-)Erkenntnis eröffnet.« (Ebd.: 14)

Qualitative Forschung ist i. d. R. dadurch markiert, dass sie empirisch mit einer kleineren Grundgesamtheit operiert. Weiteres wichtiges Charakteristikum ist der Forschungsprozess. So ist qualitativen Verfahren inhärent, dass meist nicht ein hypothesenprüfender Ablauf den Prozess bestimmt. Deduktion ist hier nicht das Vorgehen der Wahl (auch wenn es natürlich einen Teil des Forschungsprozesses ausmachen kann), sondern wie o. g. ein induktives, hypothesengenerierendes: Qualitativ Forschende »ordnen die empirischen Elemente einer Klasse, einer Kategorie oder Theorie zu, wobei die Idee für diese Klassifizierung nicht am Beginn der Forschung stand, sondern erst durch Daten- oder Feldkontakt ermöglicht wurde« (Brüsemeister 2008: 26). Also stehen bei qualitativen Forschungen i. d. R. zu Beginn »generative Fragen« (vgl. Flick 1999), die im Forschungs- und Erkenntnisprozess Fixstern sind, um aus den gesammelten empirischen Daten sukzessive zu abstrahieren, bis sich Theorien ableiten und entwickeln lassen. Dennoch sind natürlich theoretische Verortungen als Zugänge für die Frage-

stellungen, aber auch zu den Daten notwendig, die sich abbilden im konkreten Forschungsdesign (vgl. Brosius et al. 2012). Soziale Wirklichkeit ließe sich ansonsten nicht reduzieren in ihrer Komplexität und wissenschaftlich bearbeitbar machen: Bestimmte Momente müssen theoretisch fundiert fokussiert werden, bestimmte Vorannahmen müssen vorausgesetzt werden, um die Forschungsfragen nicht beliebig oder vage werden zu lassen. Darüber hinaus nimmt natürlich ebenso die ForscherInnen-Perspektive in Form von eigenem und kollektiv verankertem Vor-, Fach- und Alltagswissen bewusst oder unbewusst, reflektiert oder unreflektiert, theoretisch oder a-theoretisch, implizit und explizit Eingang in den Forschungsprozess (vgl. Aust/Völcker 2018). Einen Umgang damit stellt in der qualitativen Forschung der Weg dar, Theorien zur »Sensibilisierung der Aufmerksamkeit« (Brüsemeister 2008: 25) zu benutzen (und sich darin als Forschende auch selbst zu reflektieren), statt diese dazu zu verwenden, die empirischen Daten »als Belege für das anzusehen, was man schon weiß.« (Ebd.) Dies geht zurück auf Blumers (1954) inzwischen mehr als 60 Jahre alten Ansatz, der Offenheit als Konstituens und Potenzial qualitativer Sozialforschung herausarbeitet anhand der *sensitizing concepts*. Hier wird sichtbar, wie bedeutend es für empirische Beforschung sozialer Realität ist, sensibilisiert zu sein dafür, die beforschten Subjekte und sozialen Phänomene angemessen ernst zu nehmen, im Sinne von: diese für sich selbst »sprechen« lassen, um ihnen gerecht werden zu können.

Aus dem beschriebenen »Selbstverständnis« qualitativer Verfahren speist sich gleichzeitig die Kritik an diesen (vgl. Kapitel 4.2). Unwissenschaftlichkeit, Subjektivität, Vagheit, Willkürlichkeit, Selbstzweck oder gar Dilettantismus sind nur einige der Schlagworte, die immer wieder problematisiert werden (vgl. bspw. Oswald 1997, Wellenreuther 2000, Reichertz 2000). Natürlich dürfen qualitative Verfahren kein Selbstzweck zur bloßen Abbildung von Lebenswirklichkeiten sein, auch diese müssen in regelgeleiteter Form eingesetzt werden (vgl. Kleinig 1995) und mit dem Anspruch, »Zusammenhänge und Erklärungen zutage zu fördern, die verallgemeinerbar sind« (Brosius et al. 2012: 4). Dies steht in engem Zusammenhang mit der Bedeutung von Güte- und Qualitätskriterien für qualitative Forschung im Allgemeinen und mit der Frage, welche angemessen sind im Speziellen. Einige Forschende schlagen vor, sich auf die (Haupt-)Gütekriterien quantitativer Methoden zu berufen und Objektivität, Reliabilität (Zuverlässigkeit), Validität (Gültigkeit) als zentralen Maßstab anzulegen. Aufgrund der beschriebenen Besonderheiten qualitativer Methoden sollte jedoch deutlich geworden sein, dass dieses Vorgehen nicht uneingeschränkt anwendbar zur Beurteilung der Güte qualitativer Forschungen scheint. Alternativ gilt es, diese Güte- und Qualitätskriterien anzupassen, eigenständige zu entwickeln oder aber eine Kombination aus beidem zu wählen. Exemplarisch für einen aktuellen und differenzierten Ansatz, dieser Frage zu begegnen, sollen Strübing et al. (2018) angeführt werden, die für die Entwicklung originärer Gütekriterien plädieren. Originär bedeutet für die AutorInnen die An- und Herausforderung, dass diese Gütekriterien sich »aus den Grundhaltungen und Maximen qualitativer Forschung herleiten lassen und dabei mehr sind als Gelingensbedingungen einzelner Ansätze« (ebd.: 84f.). Strübing et al. machen dabei auf eine wichtige Differenz aufmerksam, indem sie eine Abgrenzung vornehmen zwischen Gütekriterien, Leistungsmerkmalen und qualitätssichernden Maßnahmen. Leistungsmerkmale stellen demnach »das Anspruchsprofil und die

Zielperspektiven« qualitativer Forschung dar, bspw. Offenheit oder Reflexivität. Dass diese sich erreichen lassen, dafür sorgen qualitätssichernden Maßnahmen »auf der Ebene verfahrensspezifischer Praktiken«. Gütekriterien dagegen »spezifizieren die in den Leistungsmerkmalen enthaltenen Versprechen und Ziele und benennen diejenigen Eigenschaften von Verfahren und Ergebnissen, an denen sich erkennen lässt, inwieweit dies einer Studie gelungen ist.« (Ebd.: 85) Die AutorInnen schlagen fünf Gütekriterien als Maßstab für gelungene qualitative Forschungen vor, denen sich auch diese Arbeit verpflichtet fühlt: Gegenstandsangemessenheit, empirische Sättigung, theoretische Durchdringung, textuelle Performanz, Originalität (ebd.). Gegenstandsbezogenheit/-angemessenheit gilt vielen AutorInnen als zentrales Kriterium qualitativer Verfahren (vgl. u. a. Flick 1999, Brüsemeister 2008). Darunter ist ein Sich-Einlassen auf den Forschungsgegenstand zu verstehen, das »das empirische Feld ernst nimmt und Methoden, Fragestellungen und Datentypen einer fortlaufenden Justierungsanforderung unterwirft« (Strübing et al. 2018: 83). Die Kriterien empirische Sättigung und theoretische Durchdringung verweisen auf das in der Methodologie immer wieder diskutierte Spannungsfeld zwischen Empirie und Theorie (vgl. Aust/Völcker 2018). Einen angemessenen Weg beschreiben Strübing et al. in der wechselseitigen Bezüglichkeit beider Aspekte: Empirische Sättigung meint hinreichend reichhaltige Daten, die in einem umfassenden Empiriebezug verankert sind. Die theoretische Durchdringung ist die notwendige Ergänzung zu Letzterem. Damit verweisen die AutorInnen darauf, dass Forschung »ebenso auf Theorie angewiesen ist wie sie auf Theorie(-fortschritt) zielt« (ebd.: 91). Auch das Gütekriterium der Originalität ist ein bedeutendes, bezieht es sich doch auf den Zugewinn an Erkenntnissen, den Forschung leisten soll. Denn einerseits entwickeln diese Erkenntnisse möglichst auch in Bezug auf konkrete gesellschaftlich Praxis eine Relevanz. Andererseits betont das Kriterium der Originalität, dass Forschung wiederum für Anschlussforschung fruchtbar gemacht werden kann. Als ein bemerkenswertes – da ungewöhnliches, aber sehr fruchtbares – Kriterium erweist sich das der textuellen Performanz. Mit Strübing et al. (2018) impliziert dies für die Forschenden, »ihre Studien auch »mit den Augen« derer zu betrachten, die sie erreichen wollen« (ebd.: 93), was die AutorInnen wiederum überführen in den Anspruch einer intersubjektiven Nachvollziehbarkeit einer Studie: »Die Relevanz der Forschungsergebnisse konstituiert sich auch durch den reflexiven Umgang des Autors mit seiner Rolle. Dies verlangt eine (1) hermeneutische Übersetzungsleistung und (2) eine rhetorische Überzeugungsleistung.« (Ebd.) An diesen Aspekt ließe sich eine generelle Problematisierung von Forschung (ob quantitativ oder qualitativ) anschließen, nämlich dass diese bspw. durch »Wissenschaftssprech« ausschließlich funktioniert und darüber – polemisch formuliert – einen quasi selbstreferenziellen Diskurs in einem bestimmten, elitären Kontext/Milieu produziert. Durch textuelle Performanz im Sinne von Verständlichkeit und Zugänglichkeit ließe sich daher ebenso steuern, inwieweit Wissen(-schaft) nicht nur das Privileg einer Bildungselite ist und bleibt, sondern auch »Laien« zugänglich wird.

4.2 Gruppendiskussionen

Gruppendiskussionen, als eines von vielen qualitativen Verfahren, haben eine seltsame Zwitterstellung in der Wissenschaft. Von vielen ForscherInnen hochgeschätzt stellen sie andererseits eine nach wie vor eher sekundäre, randständige Methode dar. Dies bildet sich u. a. darin ab, dass sie im Wissenschaftskanon häufig stiefmütterlich behandelt als nicht ernstgenommenes Verfahren mit Akzeptanzproblemen erscheinen, dem die bereits ausgeführte Kritik an qualitativen Methoden im Speziellen zur Last gelegt wird. Bspw. haben Gruppendiskussionen häufig den Ruf, wenig fundiert und damit wissenschaftlich, simpel, kommerzialisiert oder gar korrumpiert zu sein. So beschreiben bspw. Bortz/Döring (2003) Gruppendiskussionen als Erhebungsinstrument »mit einer eher untergeordneten Bedeutung für die Grundlagenforschung« (ebd.: 319). Mäder (2013) sieht eine problematische Stellung der Gruppendiskussionen vor allem im Bereich der Methodologie und weniger in der Praxis:

»Bei zunehmender Popularität besteht bezüglich der methodologischen und methodischen Auseinandersetzung mit der Gruppendiskussion im Vergleich zu anderen [qualitativen, Anm. d. Verf.] Erhebungsmethoden wie dem Einzelinterview Nachholbedarf. Ihre weite Verbreitung und Beliebtheit in der Forschungspraxis selbst steht in einem Missverhältnis zu ihrer Rezeption und Berücksichtigung in der wissenschaftlich-methodischen Forschungsliteratur, in der sie eine eher randständige Position einnimmt.« (Ebd.: 28)

Kühn/Koschel (2018) gehen so weit, von einer »Rehabilitierung« der Methode zu sprechen, die in ihren Augen notwendig ist (ebd.: 3). Möglicherweise liegt diese marginale Stellung in den Ursprüngen und Anwendungsfeldern der Methode, die vielfach im betrieblich-kommerziellen Kontext liegen: Gruppendiskussionen entwickelten sich seit den 1940er Jahren im englisch-angloamerikanischen Raum in der Kleingruppenforschung als focus group interviews und kamen dort in den folgenden Jahrzehnten verstärkt in der Marktforschung zum Einsatz. In der nicht-akademischen Konsum- und Marktforschung stellen Gruppendiskussionen vor allem in der Wirtschaft im Bereich des Marketings zur Untersuchung von Absatzmärkten eine wichtige Erhebungsform dar. Vor allem die akademische Forschung (be-)trifft dagegen der immer wieder geäußerte Kritikpunkt der Gruppendynamiken. Dieser besagt, dass die Aushandlungen im Rahmen der Befragungen bei Gruppendiskussionen nur als Repräsentationen von Gruppeneinstellungen betrachtet werden können, die nicht den Meinungen der einzelnen TeilnehmerInnen entsprechen (vgl. Kühn/Koschel 2018). Dem inhärent ist die Schlussfolgerung, dass Gruppendynamiken Einzelmeinungen manipulieren. Teilweise wird deswegen gar an Echtheit und damit Wert der Erkenntnisse aus Gruppendiskussionen gezweifelt. Bei einer genauen Beschäftigung mit Methode und Verfahren und der Beachtung von Qualität-/Gütekriterien lässt sich sowohl dem Argument des Einflusses sozialpsychologischer Gruppendynamiken wie auch dem Vorwurf der Simplizität/Banalität begegnen und das Potenzial von Gruppendiskussionen für die empirische Forschung konturieren. Dies zeigen die folgenden Ausführungen zu Gruppendiskussionen im akademischen Kontext.

Verstärkt seit den 2000er Jahren steigt die Anzahl der Anwendungen von Gruppendiskussionen in der Forschung. Auch die wissenschaftstheoretische Darstellung und Auseinandersetzung mit der Gruppendiskussion als Methode in Überblicksarbeiten/Handbüchern, als Abbild der Relevanz und Etabliertheit von Forschungsmethoden, nimmt zu (vgl. Mäder 2013). Beides macht sichtbar, in welcher Vielfältigkeit Gruppendiskussionen angewendet werden¹:

- in unterschiedlichen Disziplinen, bspw. in Politik, Sozial-, Kommunikationswissenschaft, Sozialpsychologie, Erziehungswissenschaft, Medizin, Linguistik oder Anthropologie
- in diversen Anwendungsfeldern, bspw. für die Ermittlung von individuellen nicht öffentlichen Meinungen, von informellen Gruppenmeinungen, von situationsabhängigen Gruppenmeinungen sowie von kollektiven Orientierungsmustern (vgl. Lamnek 2005, Mäder 2013)
- in diversen Variationsmöglichkeiten im Forschungsdesign, bspw. bezüglich der Rolle der InterviewerInnen bzw. ModeratorInnen, der Gruppengröße, der Entscheidung, ob eine Realgruppe oder künstliche Gruppe, in Bezug auf soziodemographische Merkmale eine homogene oder inhomogene Gruppe befragt wird, ob an einem »künstlichen« Ort, bspw. einem Labor, oder an einem natürlich-vertrauten Ort im Sinne eines bekannten Settings befragt wird, ob ein strukturierter oder offener Verlauf gewählt wird.

Für Gruppendiskussionen gibt es viele unterschiedliche Definitionen. Auch gibt es einige »benachbarte« Begrifflichkeiten für andere Methoden sowie verschiedene Begriffe für dieselbe Methode (vgl. Mäder 2013). Im deutschsprachigen Wissenschaftskanon ist die Bezeichnung Gruppendiskussion gängig. Weitere Verfahren und Begriffe sind bspw. Gruppeninterviews, Focus Groups oder Gruppengespräche. Gemeinsam ist allen diesen Formen, dass die Erhebung in systematischer Absicht vom Forschenden initiiert wird (vgl. Loos/Schäfer 2001). Ein wesentliches Merkmal von Gruppendiskussionen – deutlich wird dies bspw. in Abgrenzung zur Gruppenbefragung – ist, dass es dabei nicht darum geht, Einzelmeinungen zu erheben, sondern, so Loos/Schäfer (ebd.) darum, einen Austausch über ein Thema in der Gruppe zu generieren und zwar »im besten Falle so, »als ob« die Leitung nicht anwesend wäre« (ebd.), so dass sich die Aushandlungen in »Ablauf und der Struktur zumindest phasenweise einem »normalen« Gespräch annähern.« (Ebd.) Für Lamnek (2005) ist zentrales Charakteristikum der Gruppendiskussion als Erhebungsmethode, dass diese »die Daten durch die Interaktionen der Gruppenmitglieder gewinnt, wobei die Thematik durch das Interesse des Forschers bestimmt wird« (ebd.: 27). Lamnek differenziert darüber hinaus zwischen vermittelnder und ermittelnder Gruppendiskussion. Vermittelnde Verfahren zeichnen sich demnach dadurch aus,

1 Eine Frage, die in diesem Kontext bspw. von Lamnek (2005) aufgeworfen wird, ist die Einordnung der Gruppendiskussion als Methode: I. d. R. wird die Gruppendiskussion als Unterform der Befragung systematisiert. Lamnek jedoch will sie allenfalls als »Spezialfall der Befragung« (ebd.) begriffen haben, er favorisiert eine Einordnung als Hybrid zwischen Experiment, Beobachtung und Befragung.

dass sie eine »Inszenierung von Gruppenprozessen« (Lamnek 2005: 721) generieren. Bei der ermittelnden Gruppendiskussion geht es um die »Erlangung von Informationen über die inhaltlichen Ergebnisse oder die gruppenprozessuale Generierung dieser Ergebnisse« (ebd.). Kühn/Koschel (2018) arbeiten anstelle einer Definition vier gemeinsame Charakteristika der verschiedenen Schulen und Disziplinen heraus, in denen Gruppendiskussionen zum Einsatz kommen:

»Es gibt mehrere Teilnehmer, die explizit zu einer Diskussionsrunde eingeladen wurden. An der Diskussionsrunde nimmt mindestens ein Moderator teil, der eine andere Rolle inne hat als die Teilnehmer. Die Teilnehmer sollen untereinander und mit dem Moderator interagieren. Es gibt thematische Anlehnungspunkte für die Diskussionsrunde, welche vom Forscherteam vorgegeben werden.« (Ebd.: 50)

Zentral für Gruppendiskussionen vor allem im akademischen Kontext ist die Generierung von Selbstreferenzialität in der Kommunikation zwischen den Befragten. Das sind »alltagsähnliche und natürliche Gesprächspassagen« (Kühn/Koschel 2018: 24) anstelle von künstlichen Frage-Antworten-Sequenzen. Gruppendiskussionen bieten durch selbstreferenzielle Aushandlungen der »Betroffenen« insbesondere für den Einstieg in noch wenig beforschte Themen einen großen Vorteil. Denn bei der Herstellung eines selbstläufigen Diskurses ermöglichen es Gruppendiskussionen – wie sonst kaum eine andere Erhebungsart –, Relevanzsysteme, Sinnstrukturen, Wissenshorizonte nachzuzeichnen und zu analysieren. Denn diese sind häufig so stark internalisiert, normalisiert, selbstverständlich, aber auch normiert, ideologisch und durch soziale Erwünschtheit geprägt, dass sie bei anderen Verfahren nicht zum Vorschein kommen. In Gruppendiskussionen, insbesondere in natürlichen Gruppen an vertrauten Orten mit Themen, zu denen die Befragten persönliche Bezüge haben, kann so intensive Selbstreferenzialität und Eigendynamik entstehen, dass »psychische Sperren durchbrochen werden, um auch zu kollektiven Einstellungen und Ideologien zu gelangen« (Mayring 2002: 77). Bohnsack (2010) beschreibt als Ziel von Gruppendiskussion entsprechend die Erschaffung prozesshafter Entfaltung der Eigenstrukturiertheit:

»Dies meint vor allem, dem Diskurs die Möglichkeit zu geben, sich auf jene Erlebniszentren einzupendeln, welche jeweils die fokussierte Erfahrungsbasis des kollektiven Orientierungsrahmens der Gruppen darstellen. [...] Im Hinblick auf die Herausarbeitung authentischer Relevanzen der diskutierenden Gruppe lautet mithin die zentrale Frage: Welche Diskussionsgegenstände werden durch die Diskutierenden im Laufe des Gespräches in den Mittelpunkt gestellt, ohne dass dazu Impulse durch den/die Interviewenden einfließen? Gleichfalls muss natürlich auch die Frage gestellt werden, welche Themen von der diskutierenden Gruppe tendenziell gemieden oder gar völlig von der Erörterung ausgespart werden« (ebd.: 380).

Für die Fragestellungen dieser Arbeit lassen sich zusammenfassend insbesondere folgende Vorteile der Gruppendiskussion als Erhebungsmethode resümieren:

- reich an Daten,
- Befragte stimulieren sich gegenseitig bei der Erinnerung von Ereignissen,

- Herstellung einer quasi-alltäglichen Gesprächssituation und darüber Generierung naturalistischer Kommunikation und authentischer Äußerungen,
- Komplexität und Vielschichtigkeit von Positionierungen bilden sich ab,
- latente Inhalte zeigen sich eher bei Themen, die sehr stark ideologisch behaftet sind (vgl. Degele 2004),
- Reduzierung selbstwertdienlicher Antworten und Antworten nach sozialer Erwünschtheit.

Die kritische Betrachtung von Gruppendiskussionen benennt als Nachteile, dass sie unökonomisch, schwierig generalisierbar und verzerrungsanfällig seien. Die Fülle des Materials, die ein besonderes Potenzial von Gruppendiskussionen darstellt, kann sich in diesem Sinne auch zu einem Problem entwickeln, wenn Komplexität und Arbeitsaufwand des Auswertungsprozesses ansteigen. Die methodische Diskussion kritisiert die Gruppendiskussion auch immer wieder hinsichtlich des Problems der »Trennung zwischen Themen und Gruppeneffekten« (Hussy et al. 2013: 233). Sie meint damit die mögliche Manipulation von Einzelmeinungen durch die Gruppenmeinung und stellt die Frage, inwieweit Aussagen einer »tatsächlichen [eigenen, Anm. d. Verf.] Meinung« (ebd.) entsprechen oder aber der Emergenz aufgrund von Gruppendynamiken. Neben den Themeneffekten werden weitere (sozialpsychologische) Gruppendynamiken problematisiert, bspw. Verflachung und Oberflächlichkeit der Aushandlungen oder Verzerrungen dadurch, dass TeilnehmerInnen bestimmte Rollen einnehmen, etwa wenn dominante Personen die Positionierungen der Gruppe durch ihre Meinung bestimmen. Möglicherweise treten soziale Erwünschtheit und/oder selbstwertdienliche Antworten in solchen Gruppen sogar stärker auf als bspw. in einem Einzelinterview. Auch ethische Überlegungen bringen Hussy et al. (2013) ins Spiel, indem sie problematisieren, dass in Gruppendiskussionen TeilnehmerInnen durch die Forcierung von Selbstreferenzialität manipuliert würden. Ziel sei, die »Preisgabe« (ebd.) von Meinungen zu provozieren, die die TeilnehmerInnen ansonsten eher für sich behalten würden. Insgesamt bemängeln Hussy et al. (ebd.), es fehle eine systematische Erforschung der Art und Weise, wie sich die Gruppendynamik auf den Verlauf der Gruppendiskussion auswirkt. Wie vielschichtig diesbezüglich das Meinungs- und Spannungsfeld ist, wird deutlich bei Kühn/Koschel (2018), die umgekehrt die Tatsache problematisieren, dass »weite Teile des psychologischen Diskurses von einer auf den Einzelmenschen ausgeprägten Sichtweise ausgehen« (ebd.: 45). Aus sozialpsychologischer Perspektive, so die Autoren, liege der eigentliche Trugschluss in dieser Prämisse eines »selbständig handelnden und entscheidenden Individuums«, der zu einer »verzerrte[n] Darstellung sozialer Realität« führe (ebd.: 42). Denn da Subjekte nie autonom von Gruppenzugehörigkeiten existieren, sei es eigentlich vielmehr so, dass deutlich stärker die Beforschung von Gruppen Eingang in den Forschungskanon finden müsste.

Im Bewusstsein dieser potenziellen Schwächen bzw. Grenzen der Methode lässt sich – dies gilt natürlich für alle Verfahren – mit einer angemessenen Sensibilität während des Forschungsprozesses prophylaktisch-proaktiv agieren, indem gewisse »Gegenmaßnahmen« beachtet und ergriffen werden: So dürfen Gruppendiskussionen grundsätzlich nicht als aus Effizienz Zwecken organisierte Parallelinterviews begriffen und durchgeführt werden (vgl. Kühn/Koschel 2018). Es gilt, die konstitutiven Wesens-

merkmale der Gruppendiskussion als Methode zu berücksichtigen und sich möglichst zunutze zu machen. Dies bedeutet bspw., die Darstellung der Diversität und Komplexität als Qualitätsmerkmale zu begreifen bei gleichzeitiger Berücksichtigung von Struktur, Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Wie bei allen qualitativen Methoden liegt in der Objektivität, im Deutlichmachen der Verbindungen zwischen Daten, Interpretation und Ergebnissen eine besondere An- und Herausforderung: »Objektivität heißt hier, dass die Forschenden ihr methodologisches Vorgehen reflektieren und nachvollziehbar offenlegen.« (Baur/Blasius 2014: 47) Die Problematik der Einhaltung von Gütekriterien erfordert für diese Arbeit – und generell für qualitative Forschung –, besonderen Wert auf präzise definierte Begrifflichkeiten zu legen, den empirischen Bezug von Begriffen, Aussagen, Erkenntnissen deutlich darzulegen, um so deren Veri- bzw. Falsifizierbarkeit zu ermöglichen. Bspw. erfordert die Menge an Daten, die sich bei Gruppendiskussionen ergibt, in der Auswertung eine umfassende Strukturierung der Daten und deren Reduktion, um darüber eine differenzierte und gleichzeitig systematische Analyse hervorbringen. Auf der Metaebene ermöglicht die Dokumentation dieses Prozesses, die Analysen transparent, nachvollziehbar und plausibel für andere zu machen.

Auch wenn sich die Datenauswertung fast ausschließlich auf die inhaltliche Ebene der Gruppendiskussionen stützt – die (Nicht-)Thematisierungen und Positionierungen –, nahm diese Arbeit es während der Erhebungssituation wichtig, die Gruppendynamiken, etwa die Interaktionen und Kommunikationsverhalten, im Auge zu behalten. In der Verschriftlichung der Daten wurden zudem die einzelnen Sprecherinnen identifiziert, um ihnen das Gesagte jeweils zuzuordnen. So lässt sich die Kongruenz der Aussagen prüfen und darüber kontrollieren, in welchen Gruppen und wenn ja an welchen Stellen Gruppeneffekte auftreten. Durch die Zuordnung des Gesagten zu den einzelnen Sprecherinnen lassen sich auch weitere Gruppenprozesse, bspw. die Schweigerquote, kontrollieren und ggf. in die Auswertung miteinbeziehen. Auch die Länge und Selbstreferenzialität der Gruppendiskussionen und die daraus resultierende Menge an Daten trägt sicherlich dazu bei, Verzerrungen durch Gruppendynamiken zu minimieren bzw. zumindest sichtbar zu machen. Auch typische Fehler durch den/die ForscherIn während der Erhebung, die zur Beeinflussung der Aushandlungen der Befragten führen können, bspw. suggestive Vorgaben durch die Formulierung der Fragen, wurden sowohl bei der Leitfadenerstellung wie auch in den (Nach-)fragen bewusst zu vermeiden versucht. Für die Minimierung suggestiver Vorgaben wirkt sich sicherlich von Vorteil aus, dass keine Vorab-Hypothesen feststanden. Während der Befragung selbst wurde darauf geachtet, eine neue Frage möglichst erst zu stellen, wenn keine weiteren Antworten zu erwarten waren. Dieses Vorgehen ergibt sich von selbst, da Anspruch und Ziel der Arbeit ist, auch die Relevanzrahmen der Befragten zu erfassen. Denn damit sind auch Leerstellen/Lücken aussagekräftig. In diesem Kontext ließe sich problematisieren, dass diese Arbeit überhaupt eine Strukturierung der Gruppendiskussion durch einen Leitfaden vorgibt (statt wie bspw. Degele (2004) nur eine offene Eingangsfrage zu stellen). Teilweise wird im Wissenschaftskanon gefordert, eine möglichst maximale Selbstreferenzialität in dieser Form zu gewährleisten. Im Falle dieser Arbeit erscheint

dieser Ansatz allerdings nicht stichprobenangemessen². Dazu kommt, dass die Fragestellungen dieser Arbeit die Datensammlung in einem vorgegebenen Bereich erfordern, was eine Vorstrukturierung in Form eines rahmenden Fragenkatalogs durch den Leitfaden bedingt³. Das Forschungsdesign als halbstrukturierte Gruppendiskussion bzw. die flexible Anpassung an die Gruppen – je nach Eigendynamik und Selbstreferenzialität der Aushandlungen – erwies sich insofern in der praktischen Durchführung als adäquates Verfahren.

4.3 Der Forschungsprozess

Der Forschungsprozess qualitativer Verfahren ist wie bereits ausgeführt durch einige Besonderheiten markiert. Im Zentrum steht dabei der prozesshaft-prozedurale Ablauf, durch den der Forschungsprozess weniger regelhaft-standardisiert im Rahmen vorab geplanter Arbeitsschritte und -phasen geschieht. Gegenstandsangemessenheit erfordert hier, dass Entscheidungen möglicherweise neu getroffen und/oder modifiziert werden, möglich sind auch »Rückkopplungsbewegungen« (Flick 1999: 148). Einige markante Abschnitte – für die trotz der Bezeichnung, die eine Abfolge vermuten lässt, der beschriebene prozesshaft-prozedurale Ablauf gilt – lassen sich dennoch als gemeinsamer Nenner des Gros qualitativer Forschungen markieren, die auch für diese Arbeit gelten. Am Anfang steht die Konzeption einer Forschungsfrage im Zusammenhang mit der Entwicklung der Forschungsperspektiven und Gegenstandsbegrenzung (vgl. Flick 1991). Damit im Zusammenhang entsteht die Planung von Empirie und Forschungsdesign. Dies impliziert die Wahl und Planung eines Ansatzes für Forschungs-, Erhebungs- und schließlich Auswertungsmethode. Darauf folgt die Phase, die Flick (ebd.) als Fixierung der Daten bezeichnet, d. h. die Datensammlung in Form der Erhebung und deren Dokumentation in Form von Feldnotizen, Ton-/Bildaufzeichnungen sowie deren Transkriptionen u. ä. Im letzten Abschnitt erfolgen die Auswertung und Interpretation der Daten sowie deren Darstellung.

Eine Besonderheit dieser Arbeit ist, dass der empirische Teil zu einem relativ frühen Zeitpunkt stattfand. Dies liegt zum einen daran, dass sich die Prozesse im Anschluss an die Empirie hinzogen, vor allem bedingt durch persönliche Umstände der Verfasserin, vor allem die begrenzten Ressourcen, die bspw. dazu führten, dass allein die Durchführung der Transkriptionen über ein Jahr dauerten: Die Transkriptionsmethode, die nach erweiterten Regeln erfolgte, erforderte die wortwörtliche Notation des Gesagten sowie die Zuordnung zu einzelnen Sprecherinnen als qualitätssichernde Maßnahme und um den Schwachstellen von Gruppendiskussionen möglichst vorzubeugen (s.o.). Dies bedeutete in der Praxis, dass alle Aussagen, die sich häufig überlagerten, aneinander anschlossen und partiell parallel geführt wurden, in der Verschriftlichung »nachverfolgt« werden mussten. Dazu kam die besondere Herausforderung, dass sich die Stimmen

-
- 2 Und tatsächlich bestätigte sich während der Befragung die Vermutung aus der Konzeptionsphase, dass die jugendlichen Mädchen auf zu lange Stille irritiert und verunsichert reagieren.
 - 3 Der Extremfall einer quasi selbstvergessenen Verlagerung der Gespräche hin zu einem völlig anderen Bereich zeigte sich bspw. in der Oberschönerweide Gruppe 2011 oder Karlshorster Gruppe 2017.

der jugendlichen Mädchen teilweise sehr stark ähnelten und es erheblichen zeitlichen Aufwand kostete, die Stimmenzuordnung vorzunehmen. Ebenso galt es, mit partiellen Verständnisproblemen jugendspezifischer Sprache entsprechend dem selbstgewählten Anspruch der Arbeit angemessen umzugehen, um den Relevanzsystemen der Befragten adäquat zu begegnen und diese in Textform umzusetzen. Auch die Auswertung mit der anspruchsvollen und aufwändigen Methode der Grounded Theory erforderte viel Arbeit und Zeit, um die Menge an Daten nachvollzieh- und objektivierbar zu reduzieren und in eine befundbare Form zu bringen. Vorteil und Potenzial aus dem langdauernden Arbeitsprozess: Durch das ohnehin zirkulär-prozessuale Vorgehen qualitativer Forschung beeinträchtigt der Ablauf, der Wechsel zwischen Theorie und Empirie, Datenerhebung und Datenauswertung als miteinander verwoben, die Erkenntnisse der Arbeit nicht. In der praktischen Umsetzung und Anwendung fand dadurch ein befruchtender Wechsel statt zwischen Theorie, Empirie und Erkenntnissen/Auswertung. Dies konturieren auch Baur/Blasius (2014) als Qualitätsmerkmal und weniger als Schwäche qualitativer Forschung, wenn sie konstatieren, dass sich »Phasen der Datenauswahl, Datenerhebung und Datenanalyse [...] iterativ mit Phasen der theoretischen Reflexion ab[wechseln]« (ebd.: 47), die so aneinander wachsen können. Es scheint in der Retrospektive sogar, dass die Ergebnisse dieser Arbeit vom langen Forschungsprozess profitieren, da Verfahren und Ablauf sich als sehr pass- und anschlussfähig erweisen und die Arbeit dadurch zu einer ganz eigenen »Reife« gelangte. Die Aktualität der Ergebnisse ist sichergestellt durch den zweiten Termin der Erhebung. (Dieser bildete darüber hinaus die bedeutende Erkenntnis ab, wie wenig sich die Aushandlungen der Befragten über die Jahre hinweg änderten – ein Befund, der hier interpretiert wird als Beleg dafür, wie stark gesellschaftliche Anrufungen wirken.)

4.3.1 Die Planungsphase: Konzeption von Leitfaden und Stichprobe und Vorgehen bei der Rekrutierung

Eine wichtige Phase im Forschungsprozess dieser Arbeit stellte die Entwicklung des Gesprächsleitfadens für die Gruppendiskussionen dar. Ein Leitfaden dient bei Gruppendiskussionen vor allem dazu, zentrale Gesprächs- und Diskussionspunkte festzuhalten, mittels derer er während der Gruppendiskussion als Gedächtnisstütze für die InterviewerInnen funktioniert. Damit wird sichergestellt, dass über alle Gruppen hinweg bestmögliche Einheitlichkeit und damit Vergleichbarkeit der Daten hergestellt wird. Darüber bietet der Leitfaden ein relevantes Instrument für die Dokumentation der Studie und lässt sich im Rahmen des Auswertungsprozesses als Basis für die Datenanalyse heranziehen. Der Leitfaden dieser Arbeit wurde erstellt in einem mehrstufigen Prozess, im Verlaufe dessen Themenbereiche, Dimensionen und Fragen definiert wurden: Über die Auswahl und Sortierung der Themen während der Konzeptionsphase, die Festlegung der Dimensionen und Formulierung der Fragen hin zu einer Überarbeitung und Anpassung nach der ersten Gruppendiskussion. Wie bereits ausgeführt gibt es verschiedene Schulen dazu, wie der Leitfaden bei Gruppendiskussionen beschaffen sein sollte; dies betrifft primär Aspekte von Offenheit und Strukturiertheit über Ausführlichkeit und Anzahl der Fragen. Das berührt die grundsätzliche Entscheidung zur Herangehensweise an die Gruppendiskussion, nämlich inwieweit dessen konstitutives Moment,

die Selbstreferenzialität, über alles gestellt wird. Lamnek (2005) grenzt diesbezüglich zwei Ansätze ab, die er zum einen eher quantitativ und zum anderen eher qualitativ geprägt begreift. In der qualitativ ausgerichteten Variante ist ein Leitfaden nur fakultativ. In diesem Sinne ist bspw. ein Vorgehen möglich wie Degele (2004) es wählt, bei dem die interviewende Person sich auf nur eine einzige Frage, die Eingangsfrage, beschränkt. Das »quantitativ-geschlossene Verständnis« (Lamnek 2005: 103) dagegen ist markiert durch ausführliche und ausformulierte Fragen, die in einer bestimmten Reihenfolge gestellt werden. Dieser Differenzierung zum Trotz gibt es in der Praxis natürlich viele Variationsmöglichkeiten in diesem Spektrum. So wählt auch diese Arbeit ein Vorgehen, das zwischen den beiden von Lamnek beschriebenen Polen liegt. Zwar wurde ein relativ ausführlicher Leitfaden mit vielen Fragen entwickelt. Dieser wurde allerdings während der einzelnen Gruppendiskussionen im Kontext des Verlaufs angepasst (im wortwörtlichen Sinne des Leitfadens als Orientierung und als Anregung). Dieses Vorgehen ist natürlich vor allem dann möglich, wenn die forschende gleichzeitig die interviewende Person ist, und so mit Themengebiet, Theorie, Forschungsdesign usw. vertraut ist. Dementsprechend wurde bei der Konzeption des Leitfadens auf eine flexible Struktur geachtet, die während der Befragung reaktive Anpassungen ermöglichte in Abhängigkeit davon, wie sich die Gruppendiskussion entwickelt. Da bei einer Auswertung mit der Grounded Theory besonderen Wert die Daten selbst haben und dabei auch Nicht-Gesagtes, wie Leerstellen, Auslassungen oder Dethematisierungen, den Erkenntnisprozess leiten, wurde während der Gruppendiskussionen von der Interviewerin darauf geachtet, durch eigene Einlassungen nicht die Antworten oder gar den Gesprächsverlauf zu steuern. Auch das Auftreten und die Reihenfolge eigener Thematisierungen der Befragten (in Abgrenzung zu Positionierungen) wurde in die Auswertung einbezogen. Insofern ist ein wichtiges Ergebnis, dass Fragen von den Gruppendiskussionsteilnehmerinnen vorweggenommen wurden in dem Sinne, dass sie diese selbstreferenziell thematisierten. Da während der Gruppendiskussionen sehr persönliche, aber auch stark sozial »getränkte« Bereiche besprochen wurden, war ein weiteres wichtiges Kriterium bei der Leitfadenerstellung, die Befragten anhand des Leitfadens sukzessive zu leiten von allgemeineren Aspekten, die weniger »intime Preisgaben« erfordern und weniger durch ideologisch behaftete Momente geprägt sind, hin zu speziellen und sehr persönlichen Momenten. Darüber hinaus wurde bei der Konzeption Wert gelegt auf eine zielgruppenorientierte, natürliche Sprache, um mögliche sprachliche oder soziale Barrieren zu vermeiden. Auch möglichst neutrale, im Sinne nicht wertender Formulierungen, möglichst ohne Suggestivvorgaben, spielen im Selbstverständnis dieser Arbeit eine wichtige Rolle. Und natürlich verfolgte die Interviewerin die jeweils laufende Staffel *Germany's Next Topmodel*, um die Fragen themengerecht formulieren zu können und bei möglichen Nachfragen der Mädchen mit entsprechenden Antworten zu vermitteln, dass die Interviewerin die Themen und die Sendung ebenso ernst nimmt wie die Mädchen selbst. Das Alter der Befragten brachte für die Erstellung des Leitfadens zudem den speziellen Anspruch mit sich, den Schwerpunkt der ersten Fragen darauf zu legen, den Mädchen das Erleben zu ermöglichen, dass es keine richtigen und falschen Antworten gibt. Sie sollten sich in diesem Sinne von Beginn an als kompetent und Expertinnen im Gebiet der Fragen erleben. Vermutlich auch auf der Basis dieser Erfahrung gestalten sich die Aushandlungen im Laufe der meisten Gruppendiskussion als offen, vertraut

und wenig von der Sorge gesteuert, keine falschen, unpassenden oder gar »dummen« Antworten geben zu dürfen, als befürchtet für diese Altersgruppe.

Insgesamt umfasst der Leitfaden 56 Fragen. Die Fragen wurden basierend auf Fokus und Fragestellung der Arbeit, der theoretischen Verortung und dem aktuellen Stand der Forschung erarbeitet. Da diese bspw. ineinander übergingen, von den Befragten vorweggenommen wurden u. ä., waren diese in der Erhebungssituation i. d. R. reduziert. Der Interviewleitfaden war in mehrere Abschnitte unterteilt. Dabei wurde wie o. g. bewusst auf die eine Abfolge der Fragen geachtet. Begonnen wurde mit Fragen, die weniger Reflexion erfordern (Wer von euch schaut die Sendung?) sowie auf bekannte Rahmen rekurren (Mit wem schaut ihr?), um eine vertrauensvolle Atmosphäre herzustellen. Auch wurde sich bewusst dafür entschieden, die Frageblöcke zu *Germany's Next Topmodel* an den Anfang des Leitfadens zu stellen. Denn Fragen zur Sendung berühren weniger persönlich-intime Informationen als Fragen zum Schönheitshandeln. Auch die Vertrautheit mit der Anschlusskommunikation zu *Germany's Next Topmodel* und das Sprechen mit gleichgeschlechtlichen Peers über die Sendung ist angebunden an Erfahrungen aus eigenen Lebenswelten und eigenem Alltag und ermöglicht darüber, einen vertrauten Rahmen für die Diskussion herzustellen, in der die Positionierungen möglichst authentisch, unverstellt, natürlich sind.

Der erste Teil des Leitfadens bezieht sich auf die Aneignung von *Germany's Next Topmodel*. Hier finden sich anfangs allgemeinere Fragen, bspw. zur Rezeptionssituation, zu den Motiven, sich *Germany's Next Topmodel* anzuschauen, zur Anschlusskommunikation und Beurteilung der Sendung. Es folgen Fragen zur Beurteilung der Kandidatinnen, zu Lieblingskandidatinnen bzw. Kandidatinnen, die die Befragten nicht mögen. Die Fragen referenzieren in diesem Abschnitt bewusst (noch) nicht auf aussehensbezogene Bereiche, sondern waren dezidiert offen gehalten. Dies diente dem Zweck, die Relevanzsysteme und Schwerpunktsetzungen der Befragten im Bereich der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* zu erfassen, ohne diese implizit bzw. explizit von Beginn an auf das Thema Schönheit zu lenken. Denn bei Verfahren mit qualitativen Erhebungs- und Auswertungsmethoden stellt dieser Aspekt eine – wenn nicht gar die – zentrale Stärke dar. So lässt sich Antwortverzerrungen entgegenwirken, wenn eigene Forschungsfragen und/oder Vorannahmen – hier in Bezug auf aussehensbezogene Selbstführung – zu stark in die Fragestellungen einfließen. Diese Konzeption hat sich in der Praxis der Erhebungen bewährt. Auf diesen Abschnitt folgt im Leitfaden in einer inhaltlich-thematischen Zuspitzung die Fokussierung auf das Thema Aussehen, Körper, Schönheit im Kontext von *Germany's Next Topmodel*. Die Fragen in diesem Abschnitt beziehen sich bspw. darauf, ob den Befragten das Umstyling der Kandidatinnen gefällt und wie sie die Darstellung der Umstyling-Situation empfinden, was sie darüber denken, wie sich das Aussehen der Kandidatinnen im Laufe der Sendung ändert und was die Kandidatinnen lernen, wie sie die Aussagen der Jury zum Aussehen der Kandidatinnen im Speziellen und deren Kritik im Allgemeinen einschätzen. In der letzten Dimension dieses Abschnitts erfolgte eine Abstrahierung der Fragen bei einem gleichzeitigen stärkeren persönlichen Bezug. Befragt wurden die Mädchen etwa, in wie weit *Germany's Next Topmodel* Anknüpfungspunkte für persönliche Orientierungen und Vergleiche, für Imitation und Adaption bietet.

Der zweite Abschnitt des Leitfadens bezieht sich auf den Bereich Schönheitshandeln. Die ersten Dimensionen beschäftigen sich mit den Praxen der Mädchen, im zweiten Teil folgen allgemein-abstrakte Fragen⁴. Die Fragen des ersten Teils beziehen sich dabei größtenteils auf die eigenen Praxen der Befragten, bspw.: Was tut Ihr für Euer Aussehen? Wieviel Zeit investiert Ihr dafür ungefähr pro Woche? Macht es Euch Spaß? Darauf folgten allgemeinere Fragen, bspw.: Was meint Ihr, sind die Schönheitsideale, die gegenwärtig in unserer Gesellschaft vorherrschend sind?

Im dritten Teil des Leitfadens, der zum zweiten Erhebungszeitpunkt (2017) ergänzt wurde, finden sich Fragen zum Bereich Online-Medien. Dies ist einerseits der Tatsache geschuldet, dass in 2017 das Fernsehen seine Stellung als beliebtestes Medium an die Online-Medien verloren hatte. Dazu kommt, dass im Alltag der Lebenswelten jugendlicher Online-Medien eine ungemein große Rolle spielen (vgl. Kapitel 2.3.2). Drittens dient die Erweiterung des Leitfadens dazu, ausblickhaft zu prüfen, ob und wenn ja in welcher Form sich aussehensbezogene Selbstführung in den Online-Medien abbildet, in denen die Befragten größtenteils neben der Rolle als Rezipientinnen auch Produzentinnen darstellen. Viertens ging es darum zu prüfen, ob und wenn ja in welcher Form sich Unterschiede zum Erhebungszeitpunkt 2011 ableiten lassen, die sich möglicherweise in den Aushandlungen im Rahmen der ersten zwei Abschnitte nicht so offensichtlich widerspiegeln.

Zur Evaluierung des Leitfadens und der Fragen wurde ein Pretest durchgeführt. Die Auswertung der Daten verweist darauf, dass der Großteil der Fragen für die Befragten gut funktionierte, die Jugendlichen antworteten relativ ausführlich. Offensichtlich konnten die Fragen Interesse und Resonanz hervorrufen, indem es gelang, Anschlussfähigkeit zur Lebenswirklichkeit der Mädchen herzustellen. Außerdem zeigte sich, dass die gewonnenen Daten ausreichend Material und Erkenntnisse generierten, um für die Fragestellung der Arbeit verwendbar zu sein. Der Leitfaden wurde daher größtenteils in seiner ursprünglichen Form belassen. Darüber hinaus wurde die Eignung der Gruppengröße, die Länge der Befragung und die Aufzeichnung per Voice Recorder getestet.

Die zu untersuchende Stichprobe wurde nach den bereits beschriebenen Kriterien konzipiert: Es sollten jugendliche Mädchen sein, daher stellten die soziodemographischen Variablen Alter und Geschlecht Selektionskriterien dar. Aus den bereits geschilderten Gründen wurden nur Mädchen aus einem Ort, Berlin, befragt. Mit dem Ziel, eine gewisse Repräsentativität für die Grundgesamtheit zu erreichen, sollten die Befragten aus verschiedenen Teilen Berlins kommen, unterschiedliche Bildungshintergründe und verschiedene ethnische Hintergründe besitzen. Als weitere Anforderungen wurde konzipiert, dass das Sample aus einer Realgruppe bestehen sollte. Realgruppen – d. h.

4 Dieses Vorgehen wurde gewählt in der Hoffnung, durch den persönlichen Bezug zu Anfang des Abschnitts bei den abstrakteren Fragen die psychologische Sperre in Form von Antworten sozialer Erwünschtheit aufzuheben und die Befragten darüber hinaus so zu involvieren und gedanklich intensiv mit dem Thema zu beschäftigen, dass ansonsten nicht-reflektierte Internalisierungen zum Vorschein kommen. Dem war allerdings nicht so, oder zumindest nur partiell. Ergiebiger für die Aufhebung von Internalisierungen oder Sperren selbstwertdienlicher oder sozial erwünschter Antworten erwies sich in der Auswertung das Anknüpfen abstrakter Fragen an konkret-eigene Bezüge, die die Befragten aus den Erfahrungen eigener Lebenswelten kennen. Es stellt sich die Frage, ob dies am Alter der Befragten liegt oder generell auftritt.

natürliche, im Sinne von bereits vor der Befragung existierenden Gruppen – bedingen mit Röser (2000) im Vergleich zu künstlich zusammengestellten Gruppen eine größere Alltagsnähe und Natürlichkeit der Kommunikationssituation. Zwar ist ein Vorteil von Fremdgruppen, dass diese möglicherweise »unbelasteter von Hierarchien und eingeschliffenen Gruppenstrukturen« (ebd.: 2017) sind. Aber gerade für ein Thema wie das dieser Arbeit, das stark ideologisch behaftet ist, bei gleichzeitig sehr persönlichen und intimen Preisgaben, liegt die Gruppendiskussion in einer für die Befragten vertrauten Realgruppe nahe.

Die Rekrutierung der Teilnehmerinnen der Gruppendiskussionen geschah über Berliner Jugendfreizeiteinrichtungen und jeweils zu einem kleinen Anteil über persönliche Kontakte. Die Ausschöpfungsquote erwies sich als gut: Für die Erhebung 2011 wurden insgesamt 75 Jugendfreizeiteinrichtungen kontaktiert. Über persönliche Kontakte und Empfehlungen wurden 4 Anfragen gestellt. Bei Letzterem kamen in allen Fällen Gruppendiskussionen zustande. Die Rückmeldequote bei den Jugendzentren war mit 1/3 (25 Einrichtungen) hoch, es kamen 15 Gruppendiskussionen zustande. Insgesamt konnten 2011 19 Gruppendiskussionen mit insgesamt 79 Teilnehmerinnen durchgeführt werden. Drei der Befragungen, die über Jugendfreizeiteinrichtungen zustande kamen, wurden als Vergleichsgruppen verwendet: Zwei der Gruppendiskussionen fanden mit Grundschülerinnen statt, eine Befragung in einem queeren Jugendzentrum⁵. Die Anzahl der Teilnehmerinnen lag zwischen vier und acht. Das Alter der Teilnehmerinnen lag zwischen 9 und 19 Jahren (inklusive der Vergleichsgruppen). Die Erhebung 2017 wurde bewusst in kleinerem Rahmen konzipiert im Sinne des selbstgesteckten Ziels, dass diese zweite Welle vor allem als Nacherhebung verstanden sein sollte, um zu kontrollieren, ob wesentliche Änderungen der Aushandlungen stattgefunden haben sowie zur Erfassung der Nutzung von Online-Medien. Es wurden 35 Jugendzentren per E-Mail direkt angeschrieben. Hieraus ergaben sich vier Gruppendiskussionen. Dazu kamen drei Anfragen aus dem privaten Umfeld der Interviewerin, aus denen zwei Gruppendiskussionen zustande kamen. Insgesamt wurden 2017 also sechs Erhebungen mit insgesamt 25 Befragten durchgeführt. Die Gruppengröße lag zwischen drei und fünf Teilnehmerinnen im Alter von 13 bis 17 Jahren.

4.3.2 Die Erhebungsphase: Fallvorstellung und Ablauf der Gruppendiskussionen

Zur Bezeichnung der Gruppen in den Befunden (vgl. Kapitel 5) wird jeweils entweder der Bezirksname oder der des Ortsteils verwendet⁶. In den Transkripten (vgl. Kapitel 4.3.3) wird zur Bezeichnung der einzelnen Sprecherinnen zur Anonymisierung eine Buchstaben-Zahlenkombination verwendet, um darüber die Feststellung der Identität

-
- 5 Ein Vergleich der Aushandlungen der befragten weiblichen Jugendlichen mit denen jüngerer Mädchen wurde in Form einer Befragung von Vergleichsgruppen vorgenommen, allerdings mit dem primären Zweck, darüber »eigene blinde Flecken« zu finden, nicht zur Auswertung. Dasselbe gilt für die Befragung im queeren Jugendzentrum, bei der ältere Jugendliche anwesend waren, die größtenteils in Ausbildung waren oder im Berufsleben standen.
 - 6 Letzteres ist bspw. der Fall, wenn in einem Bezirk mehrere Gruppendiskussionen durchgeführt wurden, um so eine Eindeutigkeit bei der Zuordnung in den Befunden zu ermöglichen.

der Befragten auszuschließen. Mit diesem Vorgehen wurde bewusst darauf verzichtet, den Teilnehmerinnen Pseudonyme bzw. Tarnnamen zu geben, um darüber möglichst den Effekt sozialer Wahrnehmung, den (Vor-)Namen mit sich bringen, zu vermeiden⁷ – sowohl beim Verfassen als auch für die LeserInnen dieser Arbeit. Der Buchstabenanteil der Kombination ist abgeleitet vom Berliner Bezirk bzw. Ortsteil, in dem die Gruppendiskussionen jeweils stattfanden (in Form von Abkürzungen oder dem jeweiligen Anfangsbuchstaben). Zur Unterscheidung der einzelnen Teilnehmerinnen wurde nach dem Buchstaben eine bestimmte Zahl eingesetzt. 2011 wurden alle Befragungen per Voice Recorder aufgezeichnet, 2017 teilweise per Voice Recorder und teilweise per Kamera.

Die Teilnehmerinnen der ersten Gruppendiskussion wurden rekrutiert über einen persönlichen Kontakt der Interviewerin. Die Bezeichnung dieser Gruppendiskussion als Prenzlauer Berg leitet sich her vom Ortsteil Prenzlauer Berg, wo die Befragten das Gymnasium besuchten. Teilnehmerinnen waren fünf Mädchen, diese sind in der Auswertung mit der Buchstaben-Zahlenkombination PB1 bis PB5 bezeichnet. Alle Teilnehmerinnen waren zum Zeitpunkt der Befragung 16 Jahre alt und wohnten im Berliner Bezirk Pankow, zu dem Prenzlauer Berg als Ortsteil gehört, und dem angrenzenden Bezirk Friedrichshain. Die Teilnehmerinnen kannten sich aus Grund- und/oder Oberschule. Diese Gruppendiskussion war konzipiert als Pretest, der in die Befundung einbezogen werden konnte. Die Atmosphäre während der Befragung gestaltete sich als offen, freundlich und zugewandt, eine anfangs zu spürende Unsicherheit der Mädchen legte sich mit den ersten Fragen schnell. Eine der Teilnehmerinnen erwies sich als Gesprächsführerin.

Die zweite Befragung fand in einer Mädchenfreizeiteinrichtung mit Schwerpunkt auf Sportangeboten in Reinickendorf statt. Sieben Mädchen nahmen teil, diese sind in der Auswertung bezeichnet als R1 bis R7. Zum Zeitpunkt der Befragung waren die Mädchen 13, 14, 15 (drei Teilnehmerinnen), 16 und 17 Jahre alt. Die Befragten besuchten sechs unterschiedliche Gymnasien. Sie gaben an, sich seit dem Grundschulalter über einen Tanzkurs der Jugendfreizeiteinrichtung zu kennen. Die Atmosphäre während der Befragung gestaltete sich als sehr offen, es entwickelte sich eine starke Selbstreferenzialität der Aushandlungen.

Die dritte Gruppendiskussion fand in einem Jugendzentrum in einem Ortsteil von Neukölln, Gropiusstadt, statt. Sechs Jugendliche im Alter von 17 Jahren nahmen teil, diese sind in der Auswertung bezeichnet als G1 – G6. Alle sechs Mädchen besuchten Gymnasien in Neukölln. Die Jugendlichen zeigten sich während der Gruppendiskussion sehr offen und freundlich und antworteten ausführlich. Deutlich wurde zudem eine große Vertrautheit der Jugendlichen untereinander.

Für eine weitere Gruppendiskussion wurden Teilnehmerinnen rekrutiert über einen berlinweit agierenden Träger mit einem Schwerpunkt auf mobiler Jugendarbeit.

7 Das Vorhandensein von Wortnormen (vgl. Hager/Hasselhorn 1994) gilt in der Wissenschaft als nachgewiesen. Demnach ist jeder Vorname konnotiert mit bestimmten Wahrnehmungen und Wertungen (vgl. bspw. <https://www.onomastikblog.de/artikel/namen-spiegel/zur-sozialen-wahrnehmung-von-vornamen/>, Stand 10.1.2019).

Die Gruppendiskussion wurde durchgeführt in einer der Einrichtungen im Bezirk Wedding, die als Zielgruppe Mädchen und junge Frauen hat. Teilnehmerinnen waren fünf Mädchen, die in der Auswertung als W1 – W5 bezeichnet werden. Anwesend war während der Befragung außerdem eine Betreuerin sowie zu Beginn der Befragung ein sechstes Mädchen, das im Laufe der Präsentation des Stimulusmaterials den Raum verließ. Die Befragten waren 15 (2 Teilnehmerinnen), 16 und 17 (2 Teilnehmerinnen) Jahre alt und besuchten verschiedene Sekundarschulen. Es schien, dass die Befragten außerhalb der Untersuchungssituation eher weniger miteinander in Kontakt standen, als es in anderen Gruppen der Fall war. Die Befragung war gekennzeichnet durch Unruhe, eher kurze Antworten und dadurch, dass teilweise viele der Jugendlichen durcheinanderredeten. Es schien zudem, dass die Konzentration und der Fokus schnell nachließen. Teilweise entstand Selbstreferenzialität, vor allem bei Themen, die die Befragten offensichtlich berührten, zu *Deutschland Sucht den Superstar*. Bei dieser Gruppendiskussion zeigte sich der Interviewerin so deutlich wie bei keiner anderen Gruppe, wie sehr akademisches Wissen Spezialwissen ist, und die Schwierigkeit, dieses für Laien verständlich und den Sinn alltagsnah nachvollziehbar zu machen: Vor und nach der Befragung erkundigten sich mehrere Jugendliche, ob sie durch die Diskussion ins Fernsehen kämen und ob Heidi Klum sie sehen würde.

An der Befragung in einem deutsch-türkischen Mädchenverein in Moabit nahmen vier Mädchen teil. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Die Teilnehmerinnen werden in der Auswertung bezeichnet mit M1 – M4. Ein fünftes Mädchen kam einige Minuten nach Beginn der Befragung dazu, sie war im Vorfeld als Praktikantin des Vereins angekündigt worden. Sie äußerte sich allerdings nicht während der Gruppendiskussion. Jeweils eines der Mädchen war 15 und 16, zwei der Befragten waren 17 Jahre alt. Alle besuchten Sekundarschulen. Die Gruppendiskussion fiel kürzer aus als die sonstigen Befragungen, da parallel die Hausaufgabenhilfe des Vereins lief, die die Mädchen nach Abschluss der Befragung wahrnehmen wollten. Die Befragten zeigten sich als sehr freundlich, fröhlich und motiviert. Auffällig war, dass es während der Präsentation des Stimulusmaterials einen regen Austausch zum Gesehenen gab sowie viel Gelächter.

In einer Jugendfreizeiteinrichtung in Steglitz fand eine Gruppendiskussion mit Gymnasiastinnen statt sowie eine der drei Vergleichsbefragungen mit Grundschülerinnen. Teilnehmerinnen der Jugendgruppe waren fünf Jugendliche im Alter von 13 (eine der Befragten) und 14 (vier der Befragten) Jahren. Diese Gruppe wird in der Auswertung als Steglitzer Gruppe bezeichnet, die Sprecherinnen mit S1 – S5. Vier der Mädchen besuchten dasselbe, eine der Befragten ein anderes Gymnasium. Während der Befragung war eine Pädagogin anwesend. Diese Gruppe zeichnet sich dadurch aus, dass die Befragten deutlich zurückhaltender und schüchterner wirkten als die Teilnehmerinnen aller sonstigen Gruppendiskussionen. Selbstreferenzialität und/oder Eigendynamik entstand selten.

Die siebte Befragung fand in Zehlendorf statt, die Rekrutierung geschah über einen Kontakt aus dem persönlichen Umfeld. Teilnehmerinnen waren vier Mädchen im Alter von 16 Jahren, diese werden in der Auswertung mit Z1 – Z4 bezeichnet. Die vierte Befragte kam ca. 5 Minuten nach Beginn der Befragung dazu. Jeweils zwei der Mädchen

besuchten dieselbe Schule. Die Aushandlungen waren stark referenziell und entwickelten viel Eigendynamik.

Dasselbe wie für die Zehlendorfer Gruppe gilt auch für die darauffolgende Gruppendiskussion in Pankow. Die Rekrutierung geschah über einen Kontakt aus dem persönlichen Umfeld. Teilnehmerinnen waren vier Mädchen im Alter von 15 (2 Teilnehmerinnen) und 16 (2 Teilnehmerinnen) Jahren. Diese werden in der Auswertung mit P1 – P4 bezeichnet. Alle Mädchen besuchten dieselbe Schule. Die Aushandlungen waren stark referenziell und entwickelten viel Eigendynamik.

Die neunte Gruppendiskussion fand in einer Jugendfreizeiteinrichtung in Oberschöneweide, einem Ortsteil von Köpenick, statt. Es nahmen sechs Mädchen an der Befragung teil, diese sind in der Auswertung bezeichnet als O1 – O6. Die Befragten waren 14, 15 (4 Teilnehmerinnen) und 16 Jahre alt. Fünf der Jugendlichen besuchten dieselbe Sekundarschule, die sechste eine freie Schule. Die Gruppendiskussion war kürzer als die sonstigen: Sie musste nach einer halben Stunde beendet werden, da keine Räumlichkeiten für die Befragung mehr verfügbar waren. Diese Gruppendiskussion war eine derjenigen, die am stärksten von Selbstreferenzialität gekennzeichnet war. Dies betraf insbesondere Themen des Human Interests, vor allem bei Personen des öffentlichen Lebens. Es zeigte sich eine sehr große Vertrautheit der Jugendlichen miteinander.

Die Befragung in einer Kreuzberger Jugendfreizeiteinrichtung fand mit den Teilnehmerinnen der Theatergruppe der Einrichtung statt. Teilnehmerinnen der Gruppendiskussion waren vier Jugendliche im Alter von 15 (2 Teilnehmerinnen), 16 und 17 Jahren. Diese werden in der Auswertung bezeichnet mit K1 – K4. Anwesend war außerdem die Leiterin der Theatergruppe. Die Befragten besuchten unterschiedliche Gymnasien. Im Vergleich zu den anderen Gruppendiskussionen fiel auf, dass der zweite Teil der Befragung (zum Thema Schönheitshandeln) zurückhaltender und nicht so ausführlich besprochen wurde. Möglicherweise ist dies auf die Anwesenheit der Betreuerin zurückzuführen, möglicherweise aber auch darauf, dass die Länge der Zeit, die die Mädchen sich kennen, im Vergleich zu anderen Gruppen geringer ist.

Eine weitere Befragung fand in einem Mädchensportzentrum in Lichtenberg statt. Teilnehmerinnen waren neun Mädchen, die in der Auswertung als L1 – L7 bezeichnet werden. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Die Daten aus dieser Befragung können nur bedingt verwendet werden, da hier eine große Heterogenität bezüglich der Altersstruktur vorlag und ein Teil der Befragten Grundschülerinnen waren: Fünf der Teilnehmerinnen im Alter von 10 (2 Teilnehmerinnen), 11 und 12 Jahren besuchten eine Grundschule, eine Jugendliche eine Sekundar- und eine die Berufsschule. Wie in Wedding erwies sich auch diese Befragung gekennzeichnet durch große Unruhe und dadurch, dass die Befragten teilweise durcheinanderredeten und sich ins Wort fielen. Die Befragten tauschten wiederholt ihre Plätze, redeten miteinander über andere Themen oder mit vollem Mund, so dass Aussagen kaum zu verstehen waren. Dies führte dazu, dass die Tonqualität der Aufnahme so schlecht war, dass bei dieser Befragung darauf verzichtet wurde, die Aussagen den jeweiligen Sprecherinnen zuzuordnen.

Die letzte Gruppendiskussion des Erhebungszeitpunkts 2011 fand im Bezirk Tempelhof statt. Die Befragten wurden rekrutiert über einen Kontakt aus dem persönlichen Umfeld. Vier Mädchen nahmen teil, die in der Auswertung bezeichnet werden als T1 – T4. Drei der Jugendlichen waren zum Zeitpunkt der Befragung 16, die andere Befragte

17 Jahre alt. Alle besuchten dasselbe Gymnasium. Insbesondere zu Beginn dieser Gruppendiskussion schienen die Mädchen unsicher.

Weiterhin fanden 2011 Gruppendiskussionen mit drei Vergleichsgruppen statt, zwei davon mit Grundschülerinnen im Alter von 11 und 12 Jahren. Die dritte Gruppendiskussion wurde durchgeführt in einem queeren Jugendzentrum. Die Jugendfreizeiteinrichtung in Kreuzberg bot eine offene Gruppe für lesbische und bisexuelle weibliche Jugendliche an sowie für Jugendliche, die sich selbst als Transgender begreifen. Ein Teil der Befragten in dieser Gruppe war beruflich tätig oder in Ausbildung. Das Alter der TeilnehmerInnen lag hier zwischen 14 und 24.

In 2017 fand die erste Gruppendiskussion in einer Jugendfreizeiteinrichtung für Mädchen in Wartenberg statt. Aufgezeichnet wurde die Befragung mit einer Kamera. Die Daten flossen nur marginal in die Auswertung mit ein und im Befundkapitel finden sich keine Zitierungen der Aussagen aus dieser Befragung. Letztendlich ließen sich kaum Erkenntnisse aus dieser Befragung ziehen bzw. durch Teilnehmerinnen im Grundschulalter sind die Ergebnisse ohnehin strenggenommen nicht verwendbar: Die Gruppendiskussion zeichnet sich aus durch die höchste Anzahl an Teilnehmerinnen aller durchgeführten Befragungen und die größte Heterogenität der demographischen Merkmale. Teil nahmen neun Jugendliche, davon waren drei im Grundschulalter (9, 10 und 11 Jahre), die anderen waren 13, 14 (2 Teilnehmerinnen), 15, 16 und 17 Jahre alt. Die Oberschülerinnen besuchten Sekundar- und Sonderschulen. Es schien so, dass die Befragten außerhalb der Untersuchungssituation weniger als in anderen Gruppen miteinander in Kontakt standen. Während der Befragung wirkten die Mädchen sehr abgelenkt und unaufmerksam. Interesse entstand erst beim letzten Abschnitt des Leitfadens, dem 2017 neu hinzugekommenen Frageblock zum Thema Online-Medien.

Die zweite Gruppendiskussion 2017 fand in einer kirchlichen Jugendfreizeiteinrichtung für Mädchen in Karlshorst statt. Befragt wurden fünf Mädchen, die in der Auswertung mit KH2 – KH6 bezeichnet werden, aufgezeichnet wurde per Kamera. Die Jugendlichen waren 13, 14 (2 Teilnehmerinnen) und 15 (2 Teilnehmerinnen) Jahre alt. Sie besuchten eine freie Oberschule, ein Gymnasium und eine Sekundarschule. Diese Gruppe wies die höchste Selbstreferenzialität auf, es war die einzige Gruppendiskussion, bei der die Interviewerin die Teilnehmerinnen unterbrechen musste, weil sich die Gespräche auf andere Themen verlagerten.

Die erste Gruppendiskussion 2017, die über Kontakt aus dem persönlichen Umfeld zustande kam, fand mit einer Gruppe Kreuzberger Gymnasiastinnen statt. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Teil nahmen fünf Jugendliche, die in der Auswertung als KB1 – KB5 bezeichnet werden. Die Mädchen im Alter von 16 (3 Teilnehmerinnen) und 17 Jahren besuchten alle dieselbe Klasse. Die Mädchen wirkten äußerst vertraut und zugewandt im Umgang miteinander, es entwickelte sich eine hohe Eigen- und Selbstreferenzialität.

Über eine Jugendfreizeiteinrichtung in Lichterfelde (Süd) wurden fünf Teilnehmerinnen im Alter von 13 (2 Teilnehmerinnen), 15, 16 und 17 Jahren rekrutiert. Diese besuchten alle ein Gymnasium. Sie werden in der Auswertung bezeichnet mit LS1 – LS5. Zum verabredeten Termin der Gruppendiskussion stellte sich heraus, dass die Befragten nicht informiert worden waren; in der Einrichtung anwesend waren sie, weil sie zum Tanztraining wollten. Der Tanz-Trainer stellte für die Befragung die letzten 15 Minuten

der Trainingszeit zur Verfügung. Er blieb anwesend während der Gruppendiskussion. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Die befragten Mädchen waren in ihren Antworten kurz angebunden, zurückhaltend, wenig offen und wirkten unsicher. Selbstreferenzialität trat an keiner Stelle auf.

Über einen persönlichen Kontakt kam die Gruppendiskussion in Friedenau, einem Ortsteil des Bezirks Tempelhof-Schöneberg, zustande. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Teilnehmerinnen waren vier Gymnasiastinnen im Alter von 16 (3 Teilnehmerinnen) und 17 Jahren. In der Auswertung sind diese bezeichnet mit F1 – F4. Die Befragung dauerte sehr lange, da sich eine hohe Selbstreferenzialität und Eigendynamik entwickelte.

Die letzte Befragung fand in einer Jugendfreizeiteinrichtung für Mädchen in Neukölln statt. Die Befragung wurde per Voice Recorder aufgezeichnet. Teilnehmerinnen waren drei Mädchen, die mit N1 – N3 bezeichnet werden. Von den Befragten besuchten zwei eine Sekundarschule, die dritte machte eine Ausbildung. Die dritte Befragte gab zu Beginn der Befragung an, nur dabeisitzen aber sich nicht befragen lassen zu wollen. Auf die Interviewerin wirkte das eher als ein Indikator für Unsicherheit gegenüber den Fragen als für Desinteresse. Daher stimmte sie dem Anliegen zu. Nach kurzer Zeit ließ sich die Jugendliche in die Befragung involvieren und war letztendlich diejenige, die sich am stärksten beteiligte. Anwesend bei der Befragung war außerdem eine Pädagogin.

Der Zeitraum der ersten Erhebung lag zwischen April und Juni 2011 während der Laufzeit der 6. Staffel *Germany's Next Topmodel* (3. März bis 9. Juni 2011). Der Erhebungszeitraum 2017 lag zwischen Februar und April 2017, während der Laufzeit der 12. Staffel der Sendung (9. Februar bis 25. Mai 2017). Die Dauer der Gruppendiskussion in 2011 lag zwischen 30 und 90 Minuten. 2017 dauerten die Befragungen zwischen 10 und 90 Minuten. Zu Beginn der Befragung stellte die Interviewerin sich selbst und ihre Doktorarbeit vor. Letzteres geschah bewusst nur in Kurzform, um die Gefahr zu vermeiden, die Gruppendiskussion durch Bekanntgabe des Untersuchungsschwerpunktes zu lenken. Anschließend erfolgten Hinweise zur Aufzeichnung per Voice Recorder oder Kamera und Informationen zu Anonymität und Datenschutz (Rechte, Umfang und Zweck der Erhebung sowie informationelle Selbstbestimmung⁸). Anschließend wurde das Verfahren der Gruppendiskussion vorgestellt, auch hier wurde bewusst vage darauf verwiesen, dass diese Fragen *Germany's Next Topmodel* und Schönheit behandeln.

Die Aufzeichnung der Gruppendiskussionen begann beim Erhebungszeitpunkt 2011 mit der Präsentation des Stimulusmaterials, der sogenannten Umstyling-Szene aus der laufenden Staffel *Germany's Next Topmodel*. Da die Auswertung jedoch ergab, dass aus den Aussagen der Befragten während der Präsentation keinen gewinnbringenden inhaltlichen Informationen gezogen werden konnten, wurde sich aus Zeitgründen dafür entschieden, diese 2017 wegzulassen. Nur im Fall der Neuköllner Gruppe 2017 fand die

8 Bezüglich dieses Aspektes orientiert sich die Arbeit an den Vorgaben der deutschen Markt- und Sozialforschungsverbände dazu, »wie in Deutschland Markt- und Sozialforschung gesetzeskonform, fair und mit ethischem Anspruch durchzuführen ist« (vgl. <https://www.adm-ev.de/standards-richtlinien/>, Stand 10.1.2019).

Präsentation des Stimulusmaterials statt, hier hatte die Mitarbeiterin des Jugendzentrums dies ausdrücklich gewünscht. Im Anschluss daran begann die Interviewerin mit den Fragen. Wie bereits ausgeführt wurde während der Befragung bewusst darauf geachtet, eigene Meinungsäußerungen zu vermeiden und Wortwahl bei Fragen und Nachfragen sowie Antworten auf Nachfragen der Jugendlichen so weit wie möglich neutral zu formulieren, um nicht darüber die Meinungsbildung zu manipulieren. Eine wichtige Rolle spielte außerdem, über den Leitfaden hinaus möglichst wenig Vorstrukturierungen und Thematisierungen vorzugeben. Am Ende der Diskussionen wurde von Seiten der Interviewerin das Angebot einer Metadiskussion gemacht. Im Anschluss an jede Diskussion dokumentierte die Interviewerin die ihr wichtig erscheinenden Besonderheiten.

4.3.3 Die Auswertungsphase: Datenerfassung, Transkription und Befundung mit der Grounded Theory

Die Auswertung der Daten geschah auf der Basis einer transkriptionsbasierten Analyse. Die Diskussionen wurden digital aufgezeichnet, per Voice Recorder oder Videokamera. Nach Abschluss der jeweiligen Erhebungsphase wurden die Aufzeichnungen transkribiert. Transkription bezeichnet mit Höld (2009) die »Herstellung eines dauerhaft verfügbaren Protokolls, das mit Hilfe geeigneter Notationszeichen den Gesprächsverlauf wirklichkeitsgetreu wiedergibt« zum Zweck einer »umfassende[n] Konservierung der kommunikativen Information« (ebd.: 657).

Die Transkription erfolgte in beiden Jahren in Form einer kommentierten Transkription, da hierbei die – nicht zu vermeidende – Reduktion von Sekundär- in Tertiärdaten geringer ist als bei der wörtlichen Transkription: Das Wortprotokoll wird dabei mit zusätzlichen Kommentaren und Informationen, die über die rein verbalen Äußerungen hinausgehen, »angereichert«. Zudem sollte bei den Transkriptionen als relevanter Aspekt berücksichtigt werden, dass die Aussagen den einzelnen Sprecherinnen zugeordnet werden können. Die Transkriptionen der Gruppendiskussionen 2011 wurden nach dem System von Hoffmann-Riem (1984) von der Verfasserin selbst durchgeführt⁹.

Für den zweiten Erhebungszeitpunkt erfolgte die Transkription durch eine Agentur nach der Transkriptionsmethode nach erweiterten Regeln von Dresing/Pehl (2011)¹⁰.

- 9 Die Transkriptionen bedeuteten einen enormen zeitlichen Aufwand, sie zogen sich über fast ein Jahr hin. Dies lag an mehreren Faktoren: Erstens dauerte der Großteil der Gruppendiskussionen in Folge der Eigendynamik lange. Dazu kam, dass die Menge an Daten durch die drei bis sechs Sprecherinnen sehr groß war. Als schwierigster und zeitaufwändigster Aspekt erwies sich die Zuordnung von Gesagtem zu den einzelnen Teilnehmerinnen über eine Stimmenanalyse. Allerdings ist der große Zeitaufwand kein Spezifikum dieser Arbeit, d. h. muss nicht problematisiert werden: Dass detaillierte Transkriptionen viel Zeit beanspruchen, ist in der Literatur eine anerkannte Tatsache (vgl. bspw. Blasius/Baus 2014). Auf der anderen Seite bietet die in die Transkriptionen investierte Zeit besonderes Potenzial, da bereits währenddessen eine intensive Auseinandersetzung mit den (Roh-)Daten stattfindet.
- 10 Da die relevantesten Parameter dieses Notationssystems mit der 2011 gewählten Methode übereinstimmen (kommentierte Transkription und Stimmenzuordnung), erwies sich die Verwendung dieser unterschiedlichen Methoden als unproblematisch: Auf die Auswertung hat die Differenz

Darst. 3: Transkriptionsregeln nach Hoffmann-Riem (1984)

Zeichen	Bedeutung
..	kurze Pause
...	mittlere Pause
....	lange Pause
.....	Auslassung
/eh/ /ehm/	Planungspausen
((Ereignis))	nicht-sprachliche Handlungen, z.B. ((Schweigen))((zeigt auf ein Bild))
((lachend))	Begleiterscheinungen des Sprechens (die Charakterisierung steht vor den entsprechenden Stellen)
((erregt))	
((verärgert))	
<u>sicher</u>	auffällige Betonung, auch Lautstärke
s i c h e r	gedehntes Sprechen
()	unverständlich
(so schrecklich?)	nicht mehr genau verständlich, vermuteter Wortlaut

Darst. 4: Transkriptionsregeln nach Dresing/Pehl (2011)

#	Wort- und Satzabbruch
(.)	Pause einer Länge von einer Sekunde
(..)	Pause einer Länge von zwei Sekunden
(...)	Pause einer Länge von drei Sekunden
(Zahl)	Pause, Länge als Zahl in Sekunden
SICHER	Besondere Betonung
I: ... // ...// B: //.... // ...	Sprecherüberlappung, der gleichzeitig gesprochene Text liegt innerhalb der //.
(lachen), (seufzen)	Charakterisierung von nonverbalen Äußerungen, die die Aussagen unterstützen. Steht vor der entsprechenden Stelle.
(tippen), (geht raus), (drucken), (Video)	Charakterisierung von ablaufenden Handlungen und nichtsprachlichen Vorgängen. Steht vor der entsprechenden Stelle.
(unv.) #Zeitmarke#	Unverständliche Äußerung.
(unv., Handystörgeräusch) #Zeitmarke#	Bei längeren Passagen möglichst mit Ursache
(Marburg?)	Vermuteter Wortlaut

Als Auswertungsmethode für diese Arbeit wurde die Grounded Theory gewählt, die bei qualitativen Daten ihre ganz eigenen Stärken und Potenziale entfaltet. Zwar ist sie durch den rekursiven, zirkulären Vorgang des permanenten Abgleichs und der Generierung von Konzepten aus dem Material enorm aufwendig. Aber insbesondere für

keine Auswirkungen, denn die inhaltliche Ebene der Daten bleibt davon unberührt. Im Befundkapitel (vgl. Kapitel 5) wird aus Gründen der Kohärenz und besseren Lesbarkeit bei Zitierungen aus den Gruppendiskussionen eine formale Anpassung der Transkriptionen 2017 vorgenommen, indem die Zeitmarken entfernt werden, die den Lesefluss erfahrungsgemäß sehr stören.

qualitativ-explorative Verfahren hat diese Methode große Vorteile, da das Herausarbeiten der Sinnhorizonte der Befragten im besten Fall von den Daten selbst geleitet wird und nicht aus den Konzepten und Hypothesen der Forschenden. Insofern bietet sie in Kombination mit einer qualitativen Erhebungsmethode die Möglichkeit, präzise Forschungsergebnisse entlang der Wissensordnungen der untersuchten Subjekte zu erzeugen und diese in ihrer Komplexität und Differenziertheit zu konturieren. Offenheit und prozessuales Vorgehen bedeuten dennoch nicht, dass sich beliebig jede Erkenntnis in die Daten hineinlesen ließe oder gar »Rohdaten« als Erkenntnisse interpretiert würden. Weder Unwissenschaftlichkeit noch Vagheit, Pauschalität, Profillosigkeit oder Unschärfe sollten bei einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Forschungsprozess selbst und den Daten auftreten. Richtig angewendet ist die Grounded Theory im Gegenteil ein komplexes, differenziertes, umfassendes und gleichzeitig präzises Instrument, da es als »theoretisch begründetes ›Verfahren« [...] seinen eigenen Lernprozess reflektiert und kontrolliert« (Alheit 1999: 3). In einer kritischen Betrachtung der Grounded Theory wird immer wieder problematisiert – wie auch generell bei qualitativ orientierten Methoden: »Die Plausibilität und der Wert der Theorie stellt ein letztlich sehr schwer einschätzbares Problem dar.« (Böhm 1994: 138). Von Bedeutung für Forschungen mit der Grounded Theory ist daher bspw. – wie bereits ausgeführt anhand qualitativer Erhebungsmethoden –, dass diese besonderen Wert auf eine Gegenstandsverankerung der Ergebnisse legen, Transparenz des Auswertungsprozesses durch Dokumentation ermöglichen oder Teile des abgelaufenen Forschungsprozesses nachvollziehbar machen (vgl. ebd.).

Das deutsche Äquivalent für Grounded Theory ist empirisch fundierte oder gegenstandsbegründete Theoriebildung. Entwickelt wurde die Grounded Theory von den Soziologen Glaser und Strauss. In der Veröffentlichung *The Discovery of Grounded Theory* (2009, Original 1979) stellten die Autoren die Theorie erstmals systematisch vor. Das Charakteristische der Grounded Theory ist, dass diese bei der Datenanalyse eine besonders intensive Auseinandersetzung mit der Empirie er- und einfordert. Aus dem Zusammenspiel von Theorie, Empirie und Analyse hervorgehend sucht die Methode, neue Erkenntnisse zu generieren, die in theoretisches Wissen über die soziale Wirklichkeit verallgemeinert bzw. abstrahiert werden. Damit soll vermieden werden, auf vorab getroffene Hypothesen zurückzugreifen, die als »Schablone« über die Daten gelegt und anhand der diese analysiert werden. Denn darüber kann – zugespitzt gesagt – das bereits Vorhandene stets nur entweder falsifiziert oder verifiziert werden, aber es entsteht kein bzw. wenig Raum für Neues.

Die Grounded Theory impliziert eine spezifische Art des Vorgehens beim Auswertungsprozess, das sich von anderen Ansätzen unterscheidet, da es sehr stark auf induktive Prozesshaftigkeit ausgelegt ist: Die Analyse der Daten geht nicht linear vor im Sinne eines Ablaufs Hypothesenbildung – Datenerhebung – Auswertung – Verifikation/Falsifikation der Hypothese(n). Stattdessen besteht das Vorgehen in einer Methode des permanenten Vergleichs in einem zirkulären Ablauf, bei dem die Daten, die das Forschungsthema berühren, kodiert und daraus in Kategorien und Konzepte überführt werden, die wieder anhand der Daten rückgebunden werden, um daraus zu reduzieren, zu ergänzen, weitere oder ganz neue Kodierungen und Kategorien zu bilden, die wiederum anhand der Daten überprüft werden usw. So werden die Erkenntnisse – aus,

aber auch *mit* den Daten – sukzessive auf einen höheren Abstraktionsgrad überführt bis theoretische Sättigung erreicht ist und generalisierende Ergebnisse möglich sind. Essenzieller Bestandteil des Forschungsprozesses ist also ein zirkuläres Modell, bei dem die gewonnen Erkenntnisse immer wieder rückgekoppelt werden an die Empirie, aber auch die Theorie. Dieser Ansatz stellte insofern bei seiner Veröffentlichung ein wirkliches Novum dar und hat bis heute einen besonderen Stellenwert in der qualitativen Forschung.

Für die Grounded Theory lassen sich vier Forschungsabschnitte differenzieren, die sich in Form eines rekursiv-zyklischen Verfahrens verhalten. In einem ersten Schritt werden die transkribierten (Roh-)Daten detailliert und kleinteilig in Sinneinheiten zergliedert. Diese Textsegmentierung basiert darauf, inwieweit die (Teil-)Sätze, Aus- und/oder Abschnitte im Zusammenhang mit der bearbeiteten Fragestellung bestehen, also als Indikatoren Bedeutung besitzen für die Thematik der Forschung. Dabei werden die in den Daten vorkommenden und für die Forschungsfrage relevante Themen und Sinnzusammenhänge identifiziert und gesammelt. Diese Datensammlung sollte möglichst ausführlich gestaltet werden. Da in dieser Arbeit die Daten aus der Empirie enorm umfangreich waren, wurde dieser erste Schritt in der Form realisiert, dass zunächst alle Transkripte durchgearbeitet wurden. Dabei wurden Auffälligkeiten im Hinblick auf Forschungsthema und Fragestellung markiert. Diese betrafen sowohl ausgeprägte gruppenspezifische, intragruppen- wie auch intergruppen Besonderheiten. Anschließend wurden basierend auf diesem »Vorwissen« die Daten nochmals durchgearbeitet. Eindrücke zu Inhalten, zentralen Themen, Anmerkungen und Erläuterungen wurden in Memos zu den jeweiligen Transkripten notiert (zur Definition von Memos s.u.). Im darauffolgenden Abschnitt schließt sich der Schritt des Kodierens an. Kodieren meint mit Strauss/Glaser (2009) nicht im herkömmlichen Sinne die Verschlüsselung der Daten, sondern den eigentlichen, zentralen Prozess von Textinterpretation und Auswertung. Hierbei lassen sich drei Typen des Kodierens unterscheiden: offenes, axiales und schließlich selektives Kodieren. Praktisch gestaltet sich das Kodieren als eine Art Datenmanagement. Ziel ist, das Material der identifizierten Sinneinheiten sukzessive zu strukturieren und darüber zu reduzieren. Dies geschieht in steter Rückkopplung mit vorhandener Theorie und Empirie in Form der Rohdaten, erarbeiteten Sinneinheiten, vorangegangenen Kodes usw.

Offenes Kodieren definieren Strauss/Corbin (2016) als einen »interpretative process by which data are broken down analytically.« (Ebd.: 410) Es geht also wie o. g. nicht nur um das bloße Bezeichnen von Textpassagen, sondern auch um die Analyse dieser. Beim offenen Kodieren werden Wörter oder Sinneinheiten bestimmten Inhalten zugeordnet und entsprechende (vorläufige) Kodes und Erläuterungen dazu verfasst. Ein wichtiges Instrument beim Verfahren der Grounded Theory ist das Festhalten der Kodes sowie der entsprechenden Anmerkungen in Memos. Dieses dient einerseits für die Forschenden im langandauernden, zirkulär-pendelnden Forschungsprozess als Notizsystem für den Überblick, wie auch als wichtiges Mittel für Dokumentation und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse. Zudem stellt das Verfassen der Memos selbst einen (wenn nicht gar *den*) bedeutenden Teil des Analyseprozesses dar, in dem sich Beziehungen herstellen, Interpretationen verdichten und Abstraktionen generieren lassen.

Aus Memos, der Fülle an Kodes, deren Beziehungen miteinander und/oder deren Extraktion werden anschließend Konzepte generiert. Bedeutendes Moment dieser Konzepte ist, dass sie erste theoretische Abstraktionen verdichten. Auch hier unterstützen die Memos bzw. genau genommen das Verfassen derselben, insofern als es einen intensiven Reflexionsprozess beinhaltet: »Das Schreiben von theoretischen Memos fördert eine Distanzierung von den Daten und trägt dazu bei, über eine nur deskriptive Arbeit hinauszugelangen« (Böhm 1994: 126). Es werden quasi Beschreibungen entwickelt, die schrittweise verallgemeinert und zu denen Erklärungen entwickelt werden. In dieser Arbeit wurden dabei die Daten von zehn Gruppendiskussionen, bzw. deren Transkriptionen, die besonders, aber gleichzeitig exemplarisch schienen, umfassend und detailliert aufgebrochen in Kodes. Diese wurden analysiert und interpretiert und über Memos als Konzepte in Form erster Erkenntnisse konzentriert. Anhand dieser Kodes und Konzepte wiederum wurden die restlichen Gruppendiskussionen bzw. Transkripte in Form offenen Kodierens bearbeitet. Im Sinne der Relevanz, die sich mit der Grounded Theory auf die eigenen Sinnhorizonte der Beforschten legen lässt, bot sich in diesem Schritt die besondere Möglichkeit, Leerstellen, Auslassungen, Nicht-Thematisierungen im Inter- und Intragruppenvergleich zu erschließen. Die Erkenntnisse aus diesen Interpretationen wiederum wurden angewendet im Abgleich mit den zuerst untersuchten Gruppendiskussionen, um darüber Auffälligkeiten, bspw. in Form von Schwerpunkten oder Lücken in den Aushandlungen, erschließen zu können. Parallel dazu wurden die Daten in vier Interpretationsgruppen besprochen. Ziel war auch hier einerseits die Distanzierung von den Daten, um noch stärker von einer deskriptiven zu einer interpretativen Perspektive zu gelangen und zudem andere bzw. ergänzende Erkenntnisse, Ansichten, Interpretationen zu erfassen, die die eigene Standortgebundenheit der Forscherin »befruchten«.

Im Rahmen des axialen Kodierens werden einerseits aus Kodes und Konzepten Kategorien generiert. Der bedeutendste Teil des axialen Kodierens aber ist die theoretische Einbettung, das »theoretische Beziehungsnetz« (ebd.: 130), das um und zwischen Kategorien (und natürlich auch Kodes und Konzepten) identifiziert und interpretiert wird. Hierbei geschieht eine weiterführende Abstraktion qua Strukturierung, Reduzierung, Verfeinerung und/oder Differenzierung vorhandener Kategorien. In dieser Arbeit wurde dieser Schritt realisiert als erneute Durchsicht der Daten im Hinblick auf die präzisierten Kategorien und eine Analyse der relevanten Textsegmente in Form von Thematisierungen und Positionierungen. Für diese Arbeit lässt sich die Komplexheit und Differenziertheit der Analyse exemplarisch nachzeichnen anhand der generierten Kategorie »Vergleichsprozesse«, bei der es darum ging, mögliche Imitationen, Vergleiche, Defizitorientierungen nachvollziehen zu können. Nach der Entwicklung dieser Kategorie wurde sie verwendet, um erneut in den Rohdaten nach Indikatoren zu suchen, die auf das Vorhandensein derartiger Aushandlungen hindeuten. Dabei fiel, wie im Auswertungskapitel ausführlich dargestellt wird (vgl. Kapitel 5), als erstes ins Auge, dass selbstreferenziell so gut wie gar keine eigenen Thematisierungen vorkommen, auf die

diese Kategorie zutrifft¹¹. In einer Rückbindung an die Daten wurde die Kategorie in einem zweiten Schritt in die Kategorien »Vergleichsprozesse zugestimmt« und »Vergleichsprozesse verneint« ausdifferenziert, die sich auf die Antworten auf die Frage nach Vergleichsprozessen anwenden ließen. In einer weiteren Aufbrechung der Daten wurden diese noch weiter differenziert, indem die Antworten innerhalb der jeweiligen Kategorien direkt gegenübergestellt wurden. Darüber lassen sich tiefergehend und weiterführend die Argumentationen und damit Diskurse und Sinnstrukturen der Mädchen nachvollziehen, Lücken, Relevanzen, Abweichungen der latenten von manifesten Inhalten herausfiltern. Als bedeutender Aspekt in diesem Stadium erwies sich zudem die unvoreingenommene Befragung der Kategorien und Erkenntnisse auf Stimmigkeit und Kohärenz, sowohl im Inter- wie auch im Intragruppen-Vergleich und vor allem in der Zusammenführung der Kategorien. In diesem Schritt, wie auch den vorhergehenden und nachfolgenden, war es enorm erhellend festzustellen, wie sich die Kategorien und Konzepte richtiggehend verweigerten für die weiter-/tiefergehende Analyse, wenn die Interpretationen nicht wirklich aus den Sinnhorizonten der Beforschten generiert waren: Im Prozess des Zueinander-in-Beziehung-Setzens wurden falsche Erkenntnisse deutlich erfahrbar dadurch, dass sich die Nexus nicht weiterentwickeln, nicht auf den nächsthöheren Abstraktionsgrad heben ließen.

Das selektive Kodieren stellt den letzten Schritt dar. Der Auswertungsprozess schließt mit der Formulierung einer gegenstandsverankerten Theorie ab, die in Bezug zur Fragestellung der Arbeit steht. Mit Böhm (1994) ist das selektive Kodieren dadurch gekennzeichnet, dass »der Interpret vor allem als Autor tätig [wird]. Grundlage sind die bis dahin erarbeiteten Memos, Kodennotizen, Netzwerke etc.« (Ebd.: 134). Mit textueller Performanz fügen sich im besten Fall die Erkenntnisse zu einem theoretischen Konzept zusammen, das sich im Schritt des selektiven Kodierens präzisieren und abstrahieren lässt. In dieser Arbeit geschah dieser Schritt im Verfassen der Befunde. Auch hier zeigte sich in der Konzentrierung der Erkenntnisse, dass diese sich an einigen Stellen im Gesamtbild widerspenstig zeigten in dem Sinne, dass plötzlich Unstimmigkeiten auffielen. Diese Erfahrung würde im Ablauf mancher Methoden an dieser Stelle des Forschungsprozesses kritische Fragen aufwerfen. Mit der Grounded Theory dagegen lassen sich solche Erfahrung produktiv verwenden im Sinne dessen, dass die Selbstkontrolle in der Anwendung des Verfahrens offensichtlich funktioniert: Einerseits lassen sich diese Erfahrungen interpretieren im Sinne eines Prüfsteins, da sie zeigen, dass an allen Stellen, wo die Erkenntnisse im Rahmen dieses Forschungsschrittes stimmig funktionieren, sie offensichtlich auf einem hohen Abstraktionsgrad im Sinne einer Theorie angemessen entwickelt wurden und tatsächlich theoretische und empirische Sättigung aufweisen. Und jedes unstimmige Ergebnis lässt sich, so die Erfahrung dieser Arbeit, durch geduldige, immer wieder erneute Gegenstandsverankerung in Form einer Rückführung auf einen niedrigeren Abstraktionsgrad und Anknüpfung an die Empirie der Daten, entwickelten Codes und Konzepte so lange ausarbeiten bis sich

11 Dies zeigt, dass die Idee bei der Konzeption des Leitfadens, die Frage nach Vergleichsprozessen erst am Ende des ersten Abschnitts zu platzieren, richtig war, da erst dadurch besonders aussagekräftige Erkenntnisse gezogen werden konnten.

theoretische Sättigung einstellt und die Sinnhorizonte offensichtlich adäquat erfasst sind.

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass die Konzeption des Forschungsprozesses sich als geeignet erwies. Inhaltliche Abschweifungen kamen in ausgeprägter Form nur in zwei Gruppen (Oberschöneweide und Karlshorst) vor, die Schweigerquote erwies sich während fast aller Gruppendiskussionen als gering. Auch Effekte, die aus gravierenden sprachlichen Barrieren in Folge einer ungeeigneten, bspw. wenig alltagsnahen oder jugendgerechten, Formulierung der Fragen resultieren, traten kaum auf. Wie in der Auswertung konturiert wird (vgl. Kapitel 5), sind Effekte von Gruppenprozessen, bspw. die individuelle Meinungsbildung und deren Artikulation, wie zu erwarten vorhanden, scheinen sich aber in dem Ausmaß zu bewegen, in dem diese auch in »realen« Situationen vorkommen. D. h. diese scheinen größtenteils Abbild der Lebenswelten von Gruppen zu sein und keine Verzerrung der Erkenntnisse. Die Auswertung (vgl. Kapitel 5) verweist außerdem darauf, dass in den Aushandlungen jeder Gruppe bestimmte – selbstreferenzielle – inhaltliche Schwerpunkte sichtbar werden. Dies zeigt, dass die Gruppenzusammensetzung funktioniert, da es zu Dynamiken kommt, die auch unter alltäglich-lebensweltlichen Bedingungen zu beobachten sind.

5 Befunde: Medienaneignung und Schönheitspraktiken in den Erfahrungsbezügen disperser Normenkontexte

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung der Daten dargelegt. Im Bemühen, die Umfänglichkeit und Komplexität der Erkenntnisse zu „zähmen“, wird eine Unterteilung vorgenommen analog zur Zweiteilung des Interviewleitfadens: Die Darstellung trennt zwischen Medienaneignung (Kapitel 5.1) und Schönheitshandeln in eigenen Lebenswelten der Jugendlichen (Kapitel 5.2). Die Fragen zum Sich-schön-machen im zweiten Teil des Interviewleitfadens waren ursprünglich dafür gedacht, diejenigen Sinnstrukturen der Befragten konturieren zu können, die der Aneignung der aussehensgebundenen Inszenierungen in *Germany's Next Topmodel* zugrunde liegen. Daraus entwickelten sich im Prozess der Auswertung umfangreiche eigenständige Befunde.

Die weitere Untergliederung der Ergebnisse orientiert sich an den eigenen Konzepten der Befragten, die im Verlauf der Auswertung sichtbar wurden: In Kapitel 5.1.1 finden sich allgemeine Erkenntnisse zur Aneignung von *Germany's Next Topmodel*, die offensichtlich zwischen Distanzierung und Intimität, Retrospektion und Gegenwartsbezogenheit changiert. Kapitel 5.1.2 und Kapitel 5.1.3 tragen ebenfalls der Vielschichtigkeit der Medienaneignung Rechnung, in der sich – so die Befunde – sowohl der Wunsch nach lustvollem Sehvergnügen (Kapitel 5.1.2) wie auch nach Orientierung (Kapitel 5.1.3) zeigen. Die Darstellung der Befunde zum eigenen Schönheitshandeln der Jugendlichen (Kapitel 5.2) zeichnet das Sich-schön-machen nach anhand der hohen Bedeutung, die bestimmte Chiffren bzw. deren Ensemble für die Befragten besitzen. So schwierig wie diese »Melange« praktisch zu trennen ist, differenziert diese Arbeit analytisch zwischen einerseits Verweisen auf Weiblichkeit (Kapitel 5.2.1a) und andererseits Verweisen auf Autonomie und Individualität (Kapitel 5.2.1b). In Kapitel 5.2.2 werden verschiedene Ergebnisse angeschnitten, die sich in der Auswertung (nur) ansatzweise zeigten. Da sich durch diese Befunde andere Erkenntnisse besser verstehen lassen, finden auch sie ihren Weg in die Darstellung dieser Arbeit.

Die 21 Gruppendiskussionen, die im Rahmen der Arbeit durchgeführt wurden, ergeben eine enorm große Fülle an Daten. Die Auswertungsmethode der Grounded Theory erwies sich als geeignetes Instrument für einen angemessenen Umgang damit: Ein zentrales Merkmal der Grounded Theory ist das prozessuale Vorgehen und die sukzes-

sive (Heraus-)Entwicklung von Befunden. Dadurch kommt es zu einer sehr intensiven Auseinandersetzung mit den erhobenen Daten und (im besten Falle) wird so die tiefgehende Erschließung der Befunde aus den Sinnstrukturen der Befragten selbst ermöglicht. Dieses Vorgehen hat sich für die Daten dieser Arbeit als sehr fruchtbar erwiesen: Aus der ersten Phase des Analyseprozesses, dem Aufbrechen der Primärdaten (vgl. Bischof/Wohlrab-Sahr 2017), ging eine große Vielfalt an Material hervor.

Bemerkenswerterweise werden in der Auswertung keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den zwei Erhebungszeitpunkten 2011 und 2017 sichtbar in den Thematisierungen und Positionierungen der Befragten, weder in Bezug auf die Medienaneignung noch auf das eigene Schönheitshandeln. Die Homogenität und Unhinterfragtheit der Meinungen, die gruppen- und zeitpunktübergreifend in den Befunden sichtbar werden, sprechen für die Wirkmächtigkeit gesellschaftlich dominanter Wissensbestände und sozialer Strukturen – denn diese ändern sich nicht in Jahrzehnten, sondern eher in Epochen. Wenn im Folgenden die Auswertungsergebnisse vorgestellt werden, beziehen sich diese daher immer auf beide Erhebungszeitpunkte. Die einzige auffällige Differenz besteht darin, dass in den in 2017 befragten Gruppen Thematisierungen aussehensbezogener Vergleichsprozesse mit Medienfiguren aus *Germany's Next Topmodel* auftreten. Da dies allerdings nur in zwei Gruppen vorkommt, ist nicht eindeutig, ob eine zufällige Häufung vorliegt. Die Thematisierungen aussehensbezogener Vergleichsprozesse werden in Kapitel 5.1.3b gesondert dargestellt.

Als auffällig kristallisierten sich im Laufe der Befundung vielfach scheinbar abweichende und/oder widersprüchliche Positionierungen heraus. Bei der Gegenüberstellung der jeweiligen Konzepte in einem Intergruppen-Abgleich wurde wiederum eine deutliche Homogenität dieser scheinbar inkohärenten Strukturen offensichtlich. Bei der Erschließung der Kategorien aus dem Material und dem kontinuierlich-sukzessiven Abgleich innerhalb dieser Kategorien erwies sich nach und nach, dass die Aussagen eigentlich nicht inkohärent sind, sondern (weitestgehend) in sich schlüssig funktionieren, wenn sie vor unterschiedlichen »Blaupausen« entschlüsselt werden. So zeigt sich sowohl in den Aushandlungen der Befragten zur Medienaneignung wie auch den Schönheitshandlungen in ihrem Alltag: Die Positionierungen sind dadurch gezeichnet, dass die Jugendlichen Normalisierungen, Anrufungen, Rationalitäten und (Selbst)Technologien generieren und entsprechend verstehen, lesen, anwenden im Rahmen spezifischer Erfahrungsbezüge und sozialer Kontexte, die sie diskursiv situieren in diversen hochdifferenzierten »Räumen«. Diese Räume ließen sich im Rahmen der Auswertung erschließen aus dem Kontext der lebensweltlichen Bezüge der Jugendlichen (vgl. Kapitel 5.2). Es erwies sich, dass die Jugendlichen diese Bezüge in schlüssigen Entsprechungen für die Prozesse der Medienaneignung adaptieren. Dieses »Framing« geschieht gruppenübergreifend und anscheinend weitestgehend der Problematisierung entzogen. Das deutet darauf hin, dass starke internalisierte Orientierungs- bzw. Deutungsmuster vorliegen im Sinne sozialen Wissens, das „selten explizit ist, aber dennoch die kollektive Wahrnehmung und das Handeln sozialer AkteurInnen steuert« (Degele 2004: 36).

Bezüglich der Medienaneignung wird in den Befunden die hohe Komplexität der Prozesse deutlich und wie stark diese geleitet werden durch rezipientInnenseitige Komponenten. Natürlich findet dieser Prozess nicht unabhängig vom Medientext statt.

Sicherlich spielen hierbei durch den jeweiligen Medieninhalt bzw. die dominante Lesart vorgegebene Anrufungen eine Rolle für die Einschreibungen der Jugendlichen. Da diese Arbeit eine Aneignungsstudie darstellt und die RezipientInnen-Seite fokussiert, spielt der Medientext selbst eher eine periphere Rolle in den Analysen (vgl. Kapitel 1 und 2). In der Auswertung wird in einigen Fällen darauf referenziert bzw. auf Ergebnisse medienanalytischer Studien zu *Germany's Next Topmodel*. Die Befunde verweisen darauf, dass die Jugendlichen teilweise der dominanten Lesart des Medientextes folgen, teilweise werden ausgehandelte oder oppositionelle Lesarten erkennbar. Als auffällig stellt sich dar, wie insgesamt über alle Gruppen und die gesamten Diskussionen hinweg diese unterschiedlichen Lesarten und deren Aushandlungen in teils widersprüchlichen Positionierungen kaum wahrgenommen, sondern in »friedlicher Ko-Existenz« für die jeweiligen Bezüge verhandelt werden. Dieser Befund deutet darauf hin, dass die Jugendlichen hier vor dem Hintergrund eigener Erfahrungsbezüge argumentieren, die meist unbewusst aktualisiert werden. Für das Feld des Schönheitshandelns in eigenen Lebenswelten trifft den Befunden zufolge Ähnliches zu: Die Jugendlichen handeln das Sich-schön-machen als facettenreichen Komplex aus, in dem die Symbiose von Aussehen und Subjektivierungsprozessen deutlich wird, und das die Jugendlichen in Abhängigkeit von diversen Aspekten – bspw. Geschlecht, Raum, antizipierten anderen – unter Verweis auf verschiedene Werte rahmen und vermutlich auch entsprechend in Praxen inszenieren.

5.1 Medienaneignung von *Germany's Next Topmodel*: Weiblich codierte Bilder des Außer-Alltäglichen und Leistungsimperative in unterhaltungs- und orientierungsgeleiteter Aneignung

In der Auswertung zeigt sich, dass die Jugendlichen Medientexte und die eigenen Orientierungsmuster sehr fein nuanciert verorten, aneignen, aushandeln. Die Befunde verweisen darauf, dass weder in den Gruppen noch bei einzelnen Befragten eine ausschließliche Art der Aneignung auftritt. Vielmehr variiert diese innerhalb einer Folge oder sogar innerhalb einer Szene, Episode, Narrationseinheit.

K1: Ja bei mir hängt davon ab – es gibt so Momente da ist richtig interessant, machen sie so richtig interessante Sachen und manchmal ist es halt VOLL langweilig – und dann schalte ich auch mal um

K2: Also bei mir auch, es kommt eben drauf an ähm – ich mein bei mir ist wirklich so wenn ich irgendwas grad interessant finde oder irgendwas in der Vorschau noch gesehen hab was aber noch nicht kam dann will ich noch weiter gucken, so kommt der Teil noch irgendwie ((lacht)) – aber manchmal ist es auch einfach nur so dass ich nebenbei dann noch im Internet bin oder irgendwie noch ne Hausaufgabe mache die schnell geht oder so was, also es ist auch öfters so dass sie nur so nebenbei läuft
(Zeile 75-83)

Die Auswertung der Aushandlungen der Jugendlichen verweist auf die hohe Komplexität der Aneignung von Medien und darauf, wie sehr diese von den Bedürfnissen und

Themen der Rezipierenden geleitet ist: Die Befunde legen nahe, dass das Interesse an bestimmten Inhalten der Medientexte sowie deren Aneignung bestimmt wird durch lebensweltlich virulente Themen. Der Einsatz der Grounded Theory zur Auswertung der Daten schafft die Voraussetzungen für einen fruchtbaren Zugang zur Rekonstruktion der vielschichtigen Orientierungs- und Deutungsmuster der befragten weiblichen Jugendlichen. Für die große Menge an Material ermöglicht der rekursive Prozess des »Herausschälens« der Theorie im Abgleich mit den Daten, die hinter den Daten stehenden Konzepte zu erfassen und zu untersuchen – aus den Konzepten der Befragten selbst heraus und nicht aus denen des/der Forschenden.

In den Aushandlungen der Jugendlichen zu *Germany's Next Topmodel* scheint durch, dass die Medienaneignung offensichtlich in unterschiedlichen Modi geschieht, die in dieser Arbeit als Rezeptionsmuster begriffen werden (vgl. Paus-Haase et al. 1999). Zwei Modi, zwischen denen die Mädchen changieren, erwiesen sich in der Auswertung als zentral: In allen Gruppen zeigt sich durchgängig in den Aushandlungen zur Sendung, dass die Mädchen zwischen affektiver unterhaltungsgeleiteter Aneignung (vgl. Kapitel 5.1.2) auf der einen und kognitiv-perzeptiv geprägter orientierungsgeleiteter Aneignung (vgl. Kapitel 5.1.3) auf der anderen Seite changieren. Selbstverständlich lassen sich die zwei Muster nur auf analytischer Ebene unterscheiden, es bestehen Überlappungen und Schnittmengen. Und sicherlich lassen sich diese Grundmuster ausdifferenzieren in diverse Sub-Modi, und/oder es lassen sich die Modi mit der Perspektivierung weiterer Facetten der Medienaneignung anders abgrenzen. Für den Fokus dieser Arbeit drängte sich im Verlaufe der Befundung und der Erschließung der Konzepte der Jugendlichen die vorgenommene Differenzierung der zwei Modi geradezu auf, da dabei deutliche Korrespondenzen mit den inhaltlichen Merkmalen des Reality TV ins Auge fielen: Die zwei Aneignungsmodi korrespondieren mit der Synthese der Gegensätze, die das Reality TV zusammenführt. Mit Klaus/Lücke (2003) ist ein inhaltsbezogenes Charakteristikum des Reality TV die Grenzübertretung von Authentizität und Inszenierung, Information und Unterhaltung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem. Selbstverständlich lassen sich die zwei Muster nur auf analytischer Ebene unterscheiden, es bestehen Überlappungen und Schnittmengen.

Je nach Aneignungsmodus, diesen Befund legen die Daten nahe, bewerten und ordnen die Befragten die Medieninhalte unterschiedlich ein: Bei den Aushandlungen der Mädchen zu *Germany's Next Topmodel* werden Divergenzen sichtbar in der Art der Positionierungen, die anscheinend im Zusammenhang stehen mit den unterschiedlichen Modi. Es zeigen sich deutliche Unterschiede, ob die Mädchen den Medientext eher im *kognitiv-perzeptiven Bereich* – dies tritt eher auf bei der Suche nach Orientierung und Informationen – oder eher in Form *affektiver Einbindung* – i. d. R. einhergehend mit der Aneignung auf Unterhaltungsebene – aushandeln (vgl. Luca 2010a). Den zwei charakteristischen Arten der Auseinandersetzungen lassen sich relativ eindeutig bestimmte Themen zuordnen, die sich in Kategorien verdichten lassen. Hier zeigt sich: Die Jugendlichen entschlüsseln die Medientexte unterschiedlich vor der Folie von Wissensbeständen, die sie im Zusammenspiel aus lebensweltlichen Erfahrungsbezügen und den Sendungsinhalten jeweils aktualisieren. Die Aushandlungen lassen erkennen, dass diese Wissensbestände in allen Gruppen ähnlich abgerufen werden. Daher scheint es gerechtfertigt, von Sinnstrukturen (vgl. Degele 2004) zu sprechen. Die Befunde verwei-

sen darauf, dass der Aneignungsmodus der Unterhaltungsorientierung im Falle von *Germany's Next Topmodel* gekennzeichnet ist durch die lustvolle Fokussierung auf Themen des *Human Interest*, die geleitet ist durch Inszenierungen der Sendung in Form von Intimisierung, Emotionalisierung und Stereotypisierung. Darüber hinaus lässt sich in dieses Rezeptionsmuster die Faszination der Jugendlichen für »schöne Dinge« einordnen, die in dieser Arbeit interpretiert wird als Sehlust an Repräsentationen von Außer-Alltäglichem und von vergeschlechtlicht-weiblich codiertem Lifestyle im Kontext von Leistung, Erfolg und Anerkennung.

Zentrale Merkmale der Aneignung im Modus der zweiten Dimension stellen im Falle von *Germany's Next Topmodel* Verhandlungen dar im Diskurs von Lernen-Leistung-Können im öffentlich-professionellen Raum¹. Bemerkenswert ist: Das Aussehen bzw. die Schönheitspraktiken der Kandidatinnen spielen auf der manifesten Ebene in den Aushandlungen der Jugendlichen eher eine periphere Rolle. Verständlich wird dies vor der Schablone der Befunde zu Schönheitshandlungen in eigenen Lebenswelten. Anhand dessen erweisen sich diese Nicht-Thematisierungen und Leerstellen bezüglich aussehensbezogener Bereiche gerade in ihren *Aussparungen* als sehr aussagekräftig: In den Aushandlungen zu eigenen Lebenswelten zeigt sich, dass die Jugendlichen bezüglich des Aussehens unterscheiden zwischen zwei Komplexen, die in dieser Arbeit gefasst werden als biologisch-anatomische Komponenten auf der einen Seite und Praxen des Sich-schön-machens auf der anderen (vgl. Kapitel 5.1.3b). Letzteres ist demnach der Bereich, der für die Mädchen die zentrale Rolle spielt, da anhand dessen die (De-)Codierungen von Identität stattfinden: Für die Sichtbarkeit der Schönheitstechnologien wesentlich ist der Herstellungsprozess und der damit einhergehende Verweis auf die Subjektivierung und das »Selbst«. Bei *Germany's Next Topmodel* werden die Schönheitshandlungen offensichtlich gelesen als hergestellt durch andere und orientiert an »fremdinduzierten« Vorgaben. Daher spielt dieser Bereich für die Mädchen bei ihren Aushandlungen zur Sendung keine zentrale Rolle. Auffallend ist, dass im Modus der Orientierungssuche die Mädchen *Ernsthaftigkeit* und *Authentizität* im Sinne von Nicht-Fiktionalität und Nicht-Inszeniertheit der Darstellungen erwarten. Sehr prägnant zeigt sich dies darin, dass der Modus der Orientierungssuche gebrochen wird, sobald die Mädchen die Inszeniertheit des Medientextes wahrnehmen. Meist mündet dies in kritischen Perspektivierungen.

5.1.1 Vertrautheit, Distanzierung und Retrospektion: Allgemeine Erkenntnisse zur Aneignung

In den Gruppendiskussionen zeigt sich, dass alle Befragten irgendeine Art von Bezug zu *Germany's Next Topmodel* hatten, indifferent ist – entgegen den teilweise anderslautenden Aussagen der Mädchen selbst – niemand². Auch die Wenig-/Nichtseherinnen

- 1 Auch Überschneidungen, Abstufungen oder individuelle Abweichungen der Rezeptionsmuster treten natürlich auf. Ein Beispiel für Überlappungen stellt die Aneignung der »schönen Bilder« dar. Die Sehlust daran resultiert sicherlich auch daraus, dass sie als Repräsentationen der Sichtbarkeit gelungener Selbstführung gelesen werden (vgl. Kapitel 5.1.2 und Kapitel 5.1.3).
- 2 Dies kann eventuell auch auf den Selektionsprozess des Samples zurückzuführen sein: Bei der Rekrutierung wurde darauf verwiesen, dass die Interviews *Germany's Next Topmodel* zum Thema ha-

äußerten i. d. R. Meinungen zu den abgefragten Dimensionen. Dies deutet darauf hin, dass die Sendung zu den TV-Angeboten gehört(e), die trotz abnehmender Relevanz des Fernsehens für Jugendliche über eine gewisse Attraktion verfügt. Es wirkt so, als ob Kenntnisse zu *Germany's Next Topmodel* bei (weiblichen) Jugendlichen einen Teil des popultärkulturellen »Allgemeinwissens« darstellen: Die Sendung spielt offensichtlich eine Rolle im öffentlichen Diskurs zu Medien bzw. Popultärkultur, an dem die Jugendlichen teilnehmen, zu dem sie sich austauschen und – ob sie Zuschauerinnen sind oder nicht – Meinungen entwickeln. Für so gut wie alle Befragte, die angeben, *Germany's Next Topmodel* zu schauen, gilt, dass die Sendung zielgerichtet ausgewählt wird. Die Rezeptionssituation von *Germany's Next Topmodel* weist auf die Funktion des »Lagerfeuer-Fernsehens« hin: In den meisten Fällen geben die Mädchen an, die Sendung gemeinsam mit weiblichen Familienangehörigen, wie Mutter und/oder Schwester(n), zu schauen. In einigen Fällen wird die Sendung allein verfolgt, selten mit Freundinnen. Wird die Sendung allein geschaut, geben die Befragten übergreifend an, die Rezeption als Nebenbei-Tätigkeit zu gestalten und eher selten als ausschließliche Aktivität. Häufig nutzen sie demnach flankierend weitere Medien, meist Anwendungen aus den sozialen Medien. Allerdings scheinen bei diesen Aussagen Distanzierungsstrategien im Sinne von selbstwertdienlichen Antworten bzw. Antworten sozialer Erwünschtheit mit hinein zu spielen. Hier wird eine Tendenz sichtbar, die sich durch die gesamten Aushandlungen der Jugendlichen zieht: Für die meisten der befragten Mädchen ist die Rezeption von *Germany's Next Topmodel* legitimierungsbedürftig. Besonders auffällig erweist sich dies zu Beginn der Gruppendiskussionen³: In den Antworten auf die Fragedimensionen zu Rezeptionssituation und -motiven sowie der Anschlusskommunikation scheinen bei einem Großteil der Befragten Distanzierungsstrategien durch. Hierbei spielen die Mädchen die Häufigkeit der eigenen Rezeption herunter, grenzen sich von einer intentionalen Hinwendung zur Sendung ab oder legen Wert auf die Betonung der Rezeption als Nebenbei-Tätigkeit, die nur gewählt wird, da die Befragten Langeweile oder »nichts Besseres« zu tun haben. Bemerkenswert ist, wie stark sich dabei teilweise die Wortwahl der Befragten ähnelt, wie die folgenden Aussagen zeigen:

ben. Es besteht die Möglichkeit, dass sich nur Besucherinnen der Jugendzentren bzw. Kontakte aus dem privaten Umfeld der Verfasserin zur Teilnahme an den Gruppendiskussionen bereit erklärten, die eine Affinität zur Sendung aufweisen. Andererseits gehörten fast jeder Gruppe ebenso Nicht-Seherinnen an. Diese beteiligten sich größtenteils aktiv an den Diskussionen, was dafür spricht, dass auch sie am öffentlichen Diskurs zur Sendung teilhaben. Eine Ausnahme stellt die Befragung im Marzahrer Jugendzentrum dar. Hier zeigten die Befragten kaum Interesse an den Fragen zu *Germany's Next Topmodel*. Allerdings lässt sich nicht eindeutig festlegen, ob dies an einem nicht vorhandenen Bezug zur Sendung lag oder mit der Interviewsituation und dem Setting zusammenhing (vgl. Kapitel 4).

- 3 Die Distanzierungsstrategien scheinen im Verlaufe der Gruppendiskussionen weniger zu werden. Möglicherweise zeigen sich hierbei gruppendynamische Prozesse oder Dynamiken, die Befragungen allgemein kennzeichnen, bspw. dass die Befragten erst vertraut werden müssen mit Interviewsituation, InterviewerIn, Thematik usw. Darüber hinaus wird hier möglicherweise aber auch die starke normative Macht des öffentlichen Diskurses zur Sendung sichtbar und die Erwartungshaltung der Befragten, dass die Thematik der Gruppendiskussion auf entsprechende negative Urteile abzielt.

I: Die erste Frage ist ob – wer die Sendung schaut, *Germany's Next Topmodel*?

K1: Äh unregelmäßig

K2: Also teilweise schon mal – also wenn ich nicht vielleicht gerade irgendwo bei Freunden bin oder gerade was für die Schule machen muss oder mir langweilig ist – geb ich zu, gucke ich schon mal rein

K3: Also ich seit dieser Staffel, also davor nicht

K4: Ich hab, seit drei Jahren gucke ich das immer wenn's das gibt aber halt nur wenn ich wirklich Zeit oder Langeweile habe
(Zeile 1-8)

I: Aus für Gründen schaut Ihr die Sendung an?

T2: Langeweile am Donnerstag Abend ((lacht))

T4: Also bei mir war's Zufall als ich dis das erste Mal gesehen habe und seitdem guck's ich eigentlich aber nicht weil ich's so ERNSTHAFT, sondern weil ich's lustig finde ((lacht))

T3: Jaa, ich weiß auch nicht mehr wie ich dazu gekommen bin, ich guck's ja auch gar nicht Donnerstags Abend, wenn ich's gucke gucke ich's im Internet, also im Fernsehen gucke ich sie nicht, weil die Werbung ist immer so lang und das nervt mich total
(Zeile 5-11)

In vielen Fällen wird die eigene Rezeption offensichtlich rationalisiert und legitimiert, indem sie auf die Ebene einer »oberflächlichen Unterhaltung« verwiesen wird. Es wirkt so, als ob die Zuschauerinnen vielfach den Eindruck vermeiden wollen, die Inhalte der Sendung ernst zu nehmen. Durch Strategien der Distanzierung – bspw. in Form von Ironisierung oder Banalisierung der eigenen Rezeption – demonstrieren die Befragten, dass sie die Sendungsinhalte im Bereich der trivialen Unterhaltung situieren und nicht etwa involviert sind. Die Befunde deuten darauf hin, dass sich in diesen Positionierungen teilweise Reproduktionen aus dem öffentlichen Diskurs zeigen, die mit dem Ruf zu tun haben, den *Germany's Next Topmodel*, Reality TV oder möglicherweise Fernsehen im Allgemeinen in der öffentlichen Meinung hat im Sinne eines »Unterschichtenfernsehens«, das banale, oberflächliche Inhalte transportiert. Darüber hinaus scheint im Besonderen *Germany's Next Topmodel* partiell ein negatives Image unter Jugendlichen zu haben, da die Sendung als lange existierender und etablierter Teil der Medienlandschaft gehandelt wird, die ihren Zenit überschritten hat und daher als altmodisch und überholt gilt⁴.

Die Erkenntnis, dass sich hier die Übernahme von Meinungen aus dem öffentlichen Diskurs und Antworten sozialer Erwünschtheit zeigen, wird gestützt dadurch, dass die Mädchen an anderen Stellen die Sendungsinhalte mit großer Ernsthaftigkeit und Intensität diskutieren (vgl. Kapitel 5.1.3). Auffällig ist, dass diese konträren Haltungen für die Befragten offensichtlich losgelöst voneinander bestehen und funktionieren: Im Modus der Orientierungssuche nehmen die Jugendlichen die Sendungsinhalte ernst, affirmieren und diskutieren sie und stellen Parallelen zu eigenen Erfahrungsbezügen

4 Allerdings scheinen diese Meinungen zum Teil auch altersabhängig zu sein. Bei den jüngeren Mädchen in den Vergleichsgruppen finden sich keine derartigen Positionierungen.

her – ohne dass Distanzierungsstrategien zum Tragen kommen oder den Mädchen die Ambivalenz und Widersprüchlichkeit zwischen Involviertheit und Distinktion bewusst wird.

Ausgeprägt ist die Erscheinung, dass viele der Befragten – unabhängig davon, ob sie sich zum Zeitpunkt der Gruppendiskussionen als Viel-, Wenig- oder Nicht-Seherinnen kennzeichnen – die Rezeption von *Germany's Next Topmodel* in jüngerem Alter thematisieren. Da diese Thematisierungen erstens retrospektiv und aus der Erinnerung heraus vermutlich anders ausgehandelt werden und zweitens partiell in einer anderen Entwicklungsphase verortet sind als dem im Fokus der Arbeit stehenden Jugendalter⁵ – die Ausführungen der Befragten lassen darauf schließen, dass sich die Erinnerungen auf die späte Kindheit bzw. frühe Jugend beziehen –, werden die Auswertungen dazu im Folgenden in Kürze und gesondert von den sonstigen Befunden aufgeführt. Sie sollen nicht unerwähnt bleiben, da sie bei einem Großteil der Gruppen wiederkehrend thematisiert werden: Die Mehrheit der Jugendlichen gibt an, *Germany's Next Topmodel* »früher« geschaut zu haben. Möglicherweise stellt dies eine Abgrenzungsstrategie dar, um sich von der (gegenwärtigen) Rezeption der Sendung zu distanzieren, und/oder eine Vergleichsfolie, vor der die aktuelle Aneignung weniger intensiv erscheint. Auf der manifesten Ebene wird in der retrospektiven Betrachtung die eigene Rezeption stets als positives Erlebnis verhandelt:

P3: Wir haben uns angerufen immer zwischendurch

P2: Ja, in den Pausen haben wir uns angerufen sogar manchmal zwischendurch und mit ner anderen Freundin zusammen getroffen und haben das einmal zusammengeguckt, das wollten wir dann eigentlich auch regelmäßig machen, aber --
(Zeile 63-66)

Es fällt auf, dass der Zeitpunkt, den die Jugendlichen als Anfang ihrer Rezeption von *Germany's Next Topmodel* ausmachen, homogen im Alter von 12 bis 13 Jahren verortet wird. Häufig wird als Ankerpunkt der Übergang auf die Oberschule genannt⁶. Thema der Retrospektionen ist meist das gemeinschaftliche, ritualisierte Schauen der Sendung in der Gruppe mit Freundinnen. Damit im Kontext sprechen die Mädchen häufig die eigene starke Involviertheit an. Als gruppenübergreifender Konsens zeigt sich deutlich eine sehr affektiv-positive Einstellung zur früheren Rezeptionssituation in der Gemeinschaft. Das gilt auch für die Anschlusskommunikation mit Freundinnen oder Klassenkameradinnen, mit denen sich die Mädchen nach eigenen Aussagen regelmäßig zur Sendung ausgetauscht haben⁷. Dieser Austausch wird ebenfalls vorwiegend als fester Bestandteil der Medienaneignung in der *Vergangenheit* ausgehandelt.

Z1: [...] also vor zwei Jahren weiß ich noch da war das total toll in der Schule

Z2: Ja in den Klassen so, ALLE auch die Jungs und so

5 In der Wissenschaft besteht Einigkeit darin, dass sich die Medienaneignung in den verschiedenen Altersphasen/-stufen unterscheidet (vgl. Neuss 2000, Schäfer 2003).

6 In Berlin wechseln SchülerInnen überwiegend nach der 6. Klasse auf die Oberschule.

7 Bemerkenswert ist, dass bei den Aushandlungen zu Rezeption und Anschlusskommunikation in der Vergangenheit die Familie keine Rolle spielt, obwohl weibliche Familienangehörige für die aktuelle Rezeptionssituation als prägend genannt werden.

Z1: Dann war ich immer total wütend wenn meine Freundinnen mir gesagt haben wer rausgeflogen ist und ich wusste es noch gar nicht ((lacht))

I: Und vor zwei Jahren, worüber habt Ihr da geredet wenn das so oft Thema war?

Z3: Also irgendwie ja wen findet Ihr am besten, ich find ja die voll hübsch und die, ja und die ist ja doof oder so

Z1: Oder generell was in der Folge passiert ist wenn da ne große Zickerei war hat man die erstmal in der Schule diskutiert und wie findest du das und hahaha

Z3: Ja genau (ausgelacht?)

(Zeile 72-82)

Dass diese Befunde für beide Erhebungszeitpunkte gelten, weist darauf hin, dass auch mit fortschreitender Etablierung der Online-Medien und damit einhergehender nachlassender Relevanz des Fernsehens die Sendung bedeutsam bleibt: Die Aussagen der Befragten legen nahe, dass *Germany's Next Topmodel* in später Kindheit und/oder jüngerem Jugendalter eine hohe Relevanz für die Befragten besitzt und auch in der Peer-group eine wichtige Funktion übernimmt – oder zumindest, dass die Jugendlichen diese Wahrnehmung haben⁸. Teilweise lassen sich die Aushandlungen sogar so lesen, dass auf *Germany's Next Topmodel* als eine Art Common Sense referenziert wird im Sinne eines typischen Erlebnisses in der (weiblichen) Medienkindheit/-jugend.

Auffallend stellt sich auch dar, dass viele der Befragten die gute Qualität früherer Staffeln thematisieren. Häufig werden bspw. die Staffeln der vergangenen Jahre als Vergleichsmaßstab genannt und als positive Abgrenzung zu der zum Untersuchungszeitpunkt laufenden Staffel – die Sendungen/Folgen der Vorjahre werden stets als »besser« bezeichnet in Relation zur den aktuellen Folgen. Dass das nicht am Medientext selbst liegt, sondern mit der Aneignung der Zuschauerinnen zu tun hat, wird gestützt von der Tatsache, dass diese Aussagen sowohl bei den Gruppen in 2011 als auch bei den Gruppen in 2017 auftreten. In den Vergleichsgruppen mit Grundschülerinnen dagegen wird keine retrospektive Rezeption thematisiert.

Insgesamt lassen sich die positiven Erinnerungen an die Rezeption in jüngerem Alter so interpretieren, dass die Auseinandersetzung mit Medieninhalten im Kindes- und/oder frühen Jugendalter zentral auf der affektiven Ebene in Verbindung mit einer naiven involvierenden Rezeption (vgl. Paus-Haase et al. 1999) stattfindet. Die in dieser Arbeit befragten Jugendlichen erlebten die Aneignung nach eigenen Aussagen als angenehm und lustvoll. Dafür sprechen auch die Aushandlungen in der Vergleichsgruppe der Neuköllner Grundschülerinnen, die sich ausgesprochen emotional-involviert darstellen. Dieser Befund fügt sich ein in die Ergebnisse anderer Forschungen, die zei-

8 Als aufschlussreich lassen sich die Retrospektionen der Befragten auch lesen im Kontext des Befundes dieser Arbeit, dass die Mädchen diskursiv und praxeologisch zwischen verschiedenen Kontexten differenzieren. Die gemeinsame Rezeption von *Germany's Next Topmodel* lässt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit dem privaten Kontext im eigenen Zuhause mit Vertrauten zurechnen. Wie in Kapitel 5.2.1c dargestellt sind für die Mädchen mit diesem Lebensraum offensichtlich Vertrauen, Gemeinschaft, Erholung, Entspannung, Emotionen, Abgabe der Selbstkontrolle verbunden. Das scheinen die Mädchen als frei von Zwängen positiv und entlastend zu empfinden. Auch wenn sie das nicht explizit thematisieren, zeigt sich dieser Befund bspw. in Nicht-Thematisierungen oder der Kontrastierung mit Aushandlungen zu anderen Kontexten.

gen, dass in diesen Lebensphasen im Rahmen der Medienaneignung starke und intensive Auseinandersetzungen stattfinden (vgl. Barthelmes/Sander 1997, Paus-Haase et al. 1999, Götz 1999, Fritzsche 2003, Wegener 2008a). Auch die Positionierungen der Befragten zur Sendung *Deutschland sucht den Superstar*, die in den Gruppendiskussionen häufig ungestützt erfolgen und bei denen die Jugendlichen wesentlich stärker affektive Reaktionen zeigen, lassen vermuten, dass die Aneignung auf der affektiven Ebene unabhängig vom Alter i. d. R. als lustvoll erlebt wird.

In den Aushandlungen zur gegenwärtigen Rezeption zeigt sich unter den Jugendlichen die Tendenz, die Bedeutung von *Germany's Next Topmodel* abzuschwächen. Für die zum Zeitpunkt der Befragung laufende Staffel benennen auffallend viele Mädchen mangelndes Interesse als Grund, *Germany's Next Topmodel* nicht (mehr) zu rezipieren. Diejenigen Jugendlichen, die aussagen, die Sendung zu schauen, geben wie gesagt mehrheitlich an, die Sendung als »Nebenbei-Beschäftigung« zu rezipieren, entweder in Kombination mit der Nutzung anderer Medien oder in der Gemeinschaft. Für das Zusammensein mit Peers negieren die Mädchen häufig, die Sendung (regelmäßig) als Gesprächsanlass zu nutzen; teilweise wird zwar eine Folgekommunikation thematisiert, aber als unbedeutend interpretiert. Verbunden sind diese Negationen wie oben angeführt häufig mit einem Verweis auf Rezeption und Folgekommunikation in jüngerem Alter. Der von Hajok/Selg (2012) konstatierte Gruppendruck unter Heranwachsenden, die Sendung verfolgen zu müssen, um mitreden zu können, wird in dieser Arbeit in nur zwei Fällen angesprochen und zwar in der Retrospektion. Ausschließlich bei herausstechenden Ereignissen in der Sendung, so lassen sich die Aussagen der Befragten interpretieren, bietet *Germany's Next Topmodel* Gesprächsstoff, der am Folgetag noch ausreichend präsent und relevant ist, um sich darüber mit anderen auszutauschen. Bei übergreifenden Analysen der inhaltlichen Schwerpunkte sowie Intensität und Selbstreferenzialität der Aushandlungen zeigen sich diese Aussagen einerseits bestätigt im Hinblick darauf, dass die Inhalte der Sendung nicht einen derart hohen Stellenwert haben wie Themen aus eigenen Lebenswelten und dem Alltag der Mädchen⁹ (vgl. Kapitel 5.2). Andererseits wird in den Aushandlungen in vielen Fällen eine große Vertrautheit im Austausch zur Sendung sichtbar, und es scheinen Rekurse auf vorangegangene Gespräche der Mädchen auf, auch zur aktuell laufenden Staffel. Dies deutet darauf hin, dass *Germany's Next Topmodel* Teil des (Medien-)Diskurses von (weiblichen) Jugendlichen ist, selbst wenn diese die Sendung nicht regelmäßig rezipieren und/oder eher kritische Sichtweisen einnehmen. Es lässt sich vermuten, dass Gespräche über Themen aus *Germany's Next Topmodel* nicht unbedingt dezidiert im Kontext des Austauschs zur Sendung stattfinden. Möglicherweise fließen Thematisierungen der Sendungsinhalte ergänzend oder eher nebenbei in Gespräche der Mädchen zu anderen Bereichen ein und fungieren bspw. als Verweis auf Werte, einen geteilten »Wissensschatz«, Versicherung von Gemeinsamkeiten (vgl. Kapitel 5.1.3).

9 Dagegen zeichnet sich in den Gruppendiskussionen, die 2017 geführt wurden, eine hohe Relevanz der sozialen Medien ab (vgl. Kapitel 5.2.2c) – vermutlich, da diese durch die Möglichkeit der mobilen Nutzung wesentlich stärker mit dem Alltag der Mädchen verwoben sind.

5.1.2 Sehvergnügen an Bildern des Außergewöhnlichen und Lust an Intimisierung: Die unterhaltungsgeleitete Aneignung

Eine wichtige Komponente bei der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* stellt den Befunden dieser Arbeit zufolge für die weiblichen Jugendlichen die Unterhaltungsorientierung dar¹⁰. Dieser Modus ist den Befunden nach gekennzeichnet durch lustvollen Umgang der Mädchen mit den Medientexten, eine stärker affektive Einbindung und Freude am »Schauwert« der inszenierten Bilder. Eine Facette in diesem Modus ist die Aneignung der Medienpersonen auf der inhaltlich-narrativen Ebene über Dramaturgien der Personalisierung, Emotionalisierung und Intimisierung. Insbesondere die Kandidatinnen stellen offensichtlich partiell starke affektive Stimuli für die Befragten bereit. Basis dafür scheint zu sein, inwieweit sie als anschlussfähige Verkörperungen von (positiven wie auch negativen) Eigenschaften aus dem neoliberalen Wertekanon gelesen werden. Eine weitere Facette ist die der Sehlust, die sich in dieser Arbeit markiert zeigt durch lustvolle Aneignung von als attraktiv und anziehend wahrgenommenen Bildern. Essenzielles Merkmal dieser genannten Szenen und Bilder ist, dass sie für die Mädchen – offenbar vergeschlechtlicht, in Form hegemonialer Chiffren von Weiblichkeit – die Sichtbarkeit von Werten wie Erfolg, Attraktion, Anerkennung symbolisieren. Im Modus der unterhaltungsorientierten Aneignung entsteht also augenscheinlich eine Verbindung von einerseits Vergnügen an Szenen, die Emotionalisierung und Intimisierung versprechen, und andererseits Sehlust an mit positiver Bedeutung aufgeladenen Bildern. In diesem Aneignungsmuster scheinen die jugendlichen Zuschauerinnen Emotionen projizieren, kanalisieren und auch katalysieren zu können.

In fast allen Gruppendiskussionen verweisen die Befragten bei Fragen nach Motiven für ihre Rezeption von *Germany's Next Topmodel* und nach Themen der Anschlusskommunikation in verschiedenen Formen auf die »Suche nach Unterhaltung«. Gemeinsam ist den Aspekten, die die Mädchen nennen, dass sie durch die Lust auf »Sensationen und Skurrilitäten« (Lünenborg et al. 2011: 165) markiert sind. Auf die Frage »Was gefällt euch an *Germany's Next Topmodel*?« beschreiben die Jugendlichen mehrheitlich exzeptionelle und sendungsspezifische – im Sinne der Vorzugslesart im Modelbereich situierte – Momente mit ästhetischem Bezug wie Fotoshootings¹¹, Castings oder Reisen.

KB4: Das Reisen. Nein das Reisen so. Die ganzen Länder irgendwie. Was die so unternehmen. [...] Wie so Shootings ablaufen.

KB2: Ja. Na die Challenges auch, teilweise da

10 Dass die Mädchen auf die Frage nach Lieblingssendungen im Fernsehen hauptsächlich Sitcoms – wie *Big Bang Theory*, *Family Guy* oder *How I Met Your Mother* – nennen sowie amerikanische Serien – wie *Gossip Girl* oder *Grey's Anatomy* – und Soap Operas – wie *Gute Zeiten Schlechte Zeiten* – lässt sich ebenfalls interpretieren als Bedürfnis nach unterhaltungsorientierter Nutzung des Fernsehens.

11 In der Darstellung der Befunde werden die Termini, die in *Germany's Next Topmodel* verwendet werden und die sich offensichtlich soweit etabliert haben, dass sich die Mädchen ihrer mit großer Selbstverständlichkeit bedienen, übernommen. Beispiele hierfür sind *Fotoshooting*, *Modelvilla*, *Challenges*, *Umstyling*. Da sich diese Begrifflichkeiten auch in den Zitierungen aus den Gruppendiskussionen widerspiegeln, würde der Gebrauch (deutscher) Äquivalente und/oder eine Übersetzung im Rahmen der Auswertung zu Lasten der Lesefreundlichkeit gehen.

KB5: Die Fotoshootings

(Zeile 144-149)

Auch die Frage nach einer möglichen Teilnahme an der Sendung¹² beantworten die Mädchen mit Anreizen wie Reisen, (Werbe-)Geschenken oder Umstyling. Als bedeutender gemeinsamer Nenner all dieser Attraktionen lässt sich das visuelle Moment, der Schauwert der Szenen erkennen. Die Mädchen genießen es offenbar, die ästhetisierten Bilder von Metropolen oder exotischen Stränden, die Inszenierungen der Fotoshootings, die Modenschauen u. ä. zu betrachten. Eine der Befragten fasst diese anziehenden Momente zusammen als »die schönen Seiten des Modelns« (Pankow Zeile 158). Teilweise scheinen die Mädchen auch aussehensbezogene Inszenierungen von Medienpersonen in diesem Rahmen anzueignen. In einem Zuge mit anderen ansprechenden Bildern werden dann »schöne Kleider« oder »schöne Mädchen« genannt. Auch Götz/Gather (2010a) kommen in ihrer Studie zur Bedeutung von Castingshows für Jugendliche zu dem Ergebnis, dass die Komponente des Schauwerts für ZuschauerInnen sehr relevant ist. Sie beziehen den Schauwert allerdings – vermutlich abgeleitet aus der Situierung der Sendung im Modelbereich – primär auf das Aussehen der Kandidatinnen. Die Autorinnen konstatieren »Schönheit und das ästhetische Erleben von schönen Menschen und ihrer Inszenierung auf Fotos« (ebd.: 2) als zentralen Anreiz für die Rezeption von *Germany's Next Topmodel*. Dagegen deuten die Befunde dieser Arbeit eher darauf hin, dass die Mädchen das Aussehen der Kandidatinnen im Rahmen der unterhaltungsorientierten Aneignung auf ähnlicher Ebene wahrnehmen wie andere visuelle Reize, etwa die opulent eingerichtete Modelvilla, urbane Settings, exotische Strände, Galaveranstaltungen oder Modenschauen. Der Kontext der Thematisierungen der Mädchen legt die Deutung nahe, dass das Aussehen der Medienfiguren in dieser Lesart im Sinne »hübscher Bilder« angeeignet wird. Die Mädchen nehmen diese demnach geframed durch die Sphäre, in der sie diese Bilder verorten, wahr.

Darüber hinaus verweist die Feinanalyse der Positionierungen zu den als anziehend genannten visuellen Reize darauf, dass diese ihren Schauwert für die Mädchen (auch) als Chiffren spezifischer Werte konstituieren: Als besonders starke und anziehende Stimuli wirken insbesondere diejenigen Bilder, die *soziale Repräsentationen vergeschlechtlicht-weiblicher Symboliken und Narrative im Bereich des Lifestyle* sind:

G2: Die Fotoshootings – die sind das beste

G5: Ja – und die Jobs da, sie sie bekommen können, die Castings so

G1: Na eigentlich find ich's schön die Mädchen anzugucken, die sind ja meistens auch immer hübsch, ne – und auch was sie anziehen – und ja halt die Castings

G5: Umstyling und dann die Länder wo die hinfliegen auch

[...]

G2: [...] ich mag das wenn die geschminkt werden und n cooles Kostüm haben und dann mag ich das, denen zuzugucken wie sie dann posen oder wie sie dann mit der Kamera spielen

(Zeile 54-71)

12 Wobei der Großteil der Befragten eine Teilnahme an der Sendung vehement verneint.

Vermutlich rekonstruiert der Medientext hier gesellschaftlich virulente Visualitäten, die die Mädchen anziehen, weil sie anschlussfähig und hegemonial wirksam in eigenen Lebenswelten und Erfahrungsbezügen sind. Besonders fruchtbar ist dieser Befund, weil sich daran, welche der visuellen Reproduktionen für die Befragten besonders anziehend wirken, sozial wirksame machtvollen Wissensordnungen ablesen lassen: Ansprechend für die Mädchen sind offensichtlich weiblich vercodete Symbolisierungen von Attraktivität – das, was der dominante gesellschaftliche Diskurs als attraktiv definiert – in diversen Ausprägungen, bspw. in Form von schönen Kleidern, schönen Frauen, schöner Möblierung, schönen Landschaften, schönen Städten. Eine weitere bzw. ergänzende Gemeinsamkeit der ansprechenden Bilder ist, dass diese Repräsentationen weiblichen Lifestyles sind. Das trifft zu auf die bereits genannten Modemetropolen, Shopping-touren, Castings, Partys, Strände, Empfänge, Stylings oder Werbegeschenke (bspw. Makeup-Koffer, Uhren, Kleidung)¹³. Die Aushandlungen der Befragten weisen darauf hin, dass diese Bilder als Metaphern für sichtbar gewordene, spezifisch weiblich konnotierte Formen von Kompetenz, Leistung, gelungener Selbstbearbeitung sowie deren Anerkennung und Bestätigung durch andere gelesen werden. Diese enthalten offensichtlich ein starkes Glücksversprechen (vgl. Stach 2013)¹⁴. Anhand verschiedener Facetten von *Germany's Next Topmodel* bzw. des Topmodel-Formats wurden diese Werte in diversen Medienanalysen als Äquivalente dominanter, neoliberaler Imperative der Gegenwartsgesellschaft nachgezeichnet (vgl. u. a. Thomas 2007a, Scott 2007, Hasinoff 2008, Knüttel 2011, Bruns 2011, Keller 2012, Stach 2013). Exemplarisch soll Knüttel (2011) genannt sein, die die Darstellungen von (Mode-)Metropolen in *Germany's Next Topmodel* als Chiffren hegemonialer kontemporärer Werte offenlegt und nachweist, in welcher Art und Weise dabei die »enge Verwobenheit räumlicher Ziele und symbolischer Anerkennung« (ebd.: 141) inszeniert wird. Die Befunde dieser Arbeit verweisen darauf, dass hier die dominante Lesart der Sendung von den Jugendlichen übernommen wird. Die dargestellten Werte sind demnach anschlussfähig und lösen emotionale und lustvolle Spiegelungen aus. Dazu kommt, dass die Metaphern von Erfolg und Außer-Alltäglichem i. d. R. mit vertrauten Chiffren versehen sind, etwa in der Gemeinschaft mit Gleichaltrigen zu sein, sich auszutesten, Leistung zu zeigen. Insofern besitzen die Szenen das Potenzial, aufregend-ansprechend zu wirken ohne dabei zu fremd zu sein.

Bemerkenswert ist damit im Vergleich, dass bei der Frage nach erinnerten Fotoshootings nicht so häufig diejenigen genannt werden, die verknüpft sind mit Symboliken von Weiblichkeit und Lifestyle: Gruppenübergreifend fällt auf, dass die Jugendlichen bei der Frage nach Fotoshootings und Challenges, die sie in Erinnerung behalten haben, nicht primär die »konventionellen« oder besonders ästhetischen nennen. Thematisiert werden eher diejenigen Aufgaben, die Spannung erzeugen, Herausforderungen inszenieren und ungewöhnlich sind im Sinne von ausgefallen, unkonventionell, extraordinär:

13 Repräsentationen männlich vercodeten Lifestyles könnten bspw. teure Autos, sportliche Aktivitäten oder technische Geräte sein.

14 In diesem Kontext deuten die Befunde auf eine Überschneidung mit dem Aneignungsmodus der Orientierungssuche hin. Da die Aneignung der »schönen Bilder« sich deutlich lustvoll und emotional darstellt, wird sie in dieser Arbeit der unterhaltungsorientierten Aneignung zugerechnet.

L1: Ich würd manche Sachen da machen wie zum Beispiel über die Brücke laufen oder irgendwie so Sachen – mit der – was war noch? – Der Mülleimer wo der Mann da drin sein musste, dieses ganze Ding – also manche Sachen würde ich machen [...] Oder das letzte Mal kam ja auch mit Tieren
(Zeile 177-181)

In anderen Gruppen nennen die Mädchen Fotoshootings im Helikopter, auf einem Laufsteg über Wolkenkratzen, mit Ratten, vor einer Feuerkulisse oder »mit ganz ekligem Eingeweiden« (Tempelhof Zeile 228). Auffallend ist, dass einige der Jugendlichen in diesem Kontext (selbstreferenziell/ungestützt) Bezüge zur eigenen Person herstellen:

Z3: Ja ich find die Shootings interessant – es ist ja sozusagen auch ne Erfahrung für uns weil wir so was gar nicht kennen und zum Beispiel einmal dieses Rattenshooting oder so wo sie im Tunnel dis machten
(Zeile 51-53)

Die Aussagen der Zuschauerinnen deuten darauf hin, dass sie sich in die Settings eindenken und diese Situationen als Blaupause und Experimentierraum nutzen, um imaginär verschiedene Rollen auszuprobieren und darüber eine »spielerische[n] Annäherung an verschiedene Identitätsentwürfe« (Fritzsche 2003: 258) auszutesten. Auch bei der Frage »Würdet ihr an der Sendung teilnehmen?« verweisen die Befragten teilweise auf die genannten Fotoshootings. Im Vergleich mit den o. g. »schönen Bildern«, die als Reproduktionen vergeschlechtlichter, gesellschaftlich machtvoller Symbolisierungen Sehnsucht hervorrufen, sind die genannten Fotoshootings nicht zentral markiert durch Chiffren von Lifestyle und Weiblichkeit. Als gemeinsamer Nenner wirkt hier das Unkonventionelle, Außergewöhnliche, »Wilde«, aber auch Spaß, Unernsthaftigkeit, sinnfreier Selbstzweck. Die Aufgaben, auf die die Mädchen sich beziehen, scheinen dadurch gekennzeichnet, dass sie Mut, Risikobereitschaft, Entschlossenheit, Furchtlosigkeit, Sich-einlassen-auf-Unbekanntes erfordern – Eigenschaften, die gesellschaftlich nicht »typisch weiblich« assoziiert sind. Bezüglich Anforderungen an Leistung stellen offensichtlich vor allem diese Narrationen und repräsentierten Werte für die Mädchen Attraktionen und faszinierende Momente dar. Teil der Faszination macht möglicherweise aus, dass sich die Mädchen darüber ermöglichen, »nicht erfüllte Träume und Wünsche zu kompensieren« (Wegener 2004: 27). In diesem Sinne lassen sich die Positionierungen der Befragten durchaus als eigensinnige Lesart interpretieren, die den Mädchen nicht durch die dominante Lesart der Sendung vorgegeben wird. Nichtsdestotrotz besprechen die Jugendlichen auch diese Fotoshootings als Metaphern des neoliberalen Wertekanons: Inhärent sind den Aufgaben für sie demnach Leistung, Selbstkontrolle, Selbstüberwindung, Besonderssein, Außer-Alltäglichkeit. Anschlussfähigkeit und Reiz liegen vermutlich ebenso in diesen Momenten von Herausforderung und konkurrenzuellem Vergleich. Möglicherweise wirken die beschriebenen Komponenten (gerade) als Symbiose, verflochten in ihrer Kombination. In dieser Form ließe sich die folgende Aussage eines Mädchens aus der Pankower Gruppe interpretieren:

P3: [...]dis find ich macht halt so die Staffel aus, ob man da was hat woran man sich erinnert und sagt, hey da haben sie sich echt mal was einfallen lassen – oder halt mit diesem, wo sie diese Wand vom Hochhaus runterlaufen mussten und so – oah, das ist

schon krass – und ich find die Faszination ist vielleicht, um darauf noch mal zurückzukommen, dass du das immer mit dir selber vergleichst und dich fragst, ähm, na würd ich das jetzt machen, würd ich mich das trauen, würd ich mich da anstellen und so (Zeile 348–353)

Imitationen von Medienpersonen dagegen werden in den meisten Fällen abgestritten. Der Großteil der Jugendlichen verneint, sich in irgendeiner Form an der Sendung zu orientieren oder Inhalte bzw. Szenen zu imitieren, insbesondere die Frage nach praxeologischen Reproduktionen des Gesehenen wird deutlich verneint. Die Ergebnisse unterscheiden sich damit von anderen Studien, in denen die Befragten Imitationen durchaus thematisieren (vgl. Götz/Gather 2012, Hackenberg/Hajok 2012). Eine Erklärung für den Unterschied mag beim Antwortverhalten aufgrund der Forschungsmethode zu finden sein: Möglicherweise sind die Negierungen eine Form von Distanzierungsstrategien. In der Gruppensituation ist es wie bereits ausgeführt Konsens, sich von *Germany's Next Topmodel* zu distanzieren. Entsprechend ist es kohärent, dass die Befragten in der Gruppe die Ablehnung von Imitationen und/oder Lerneffekten verbalisieren, in Einzelbefragungen dagegen könnte es für die Befragten einfacher sein, auf selbstwertdienliche Antworten zu verzichten. Nur gelegentlich geben die Mädchen an, bestimmte Szenen zu imitieren. In diesen Fällen verorten die Befragten ihre Aussagen meist dezidiert auf der Unterhaltungsebene und positionieren sie vorwiegend (selbst-)ironisch und bagatellisierend. Allem Anschein nach geschieht dies mit der Intention, die eigene Rezeption vom Eindruck zu befreien, der Sendung (zu große) Bedeutung zuzumessen.

K3: Meine Freundinnen nur so zum Verarschen sozusagen ((lacht)) so durch die Gegend getorkelt und so was, irgendwie den Flur rauf und runter richtig lustig, also einfach so aus Spaß aber nicht um jetzt irgendwie – gut zu wirken oder gut auszusehen oder so etwas (Zeile 492–494)

Häufig werden Imitationen auch retrospektiv verhandelt. Auf der manifesten Ebene artikulieren die Mädchen auch hierbei i. d. R. eine ironische Perspektive, die die Handlungen trivialisiert. Wie bereits im Kapitel 5.1.1 nachgezeichnet, scheinen andererseits vielfach lustvolle und spielerische Facetten durch. Eine besondere Rolle spielt bei den Nachahmungen die Rahmung der Praxen durch die Gruppe in Form eines Gemeinschaftserlebnisses mit Freundinnen und/oder Familie:

Z2: [...] das war mit Freunden im Urlaub und dann haben wir dis so und dann haben wir unsere Eltern dazu verpflichtet auch alle mitzugucken, das war so ne riesen Gruppe von Leuten und die haben sich die GANZE Zeit drüber lustig gemacht und am Ende hatte meine Schwester irgendwie so, ich weiß nicht ne Filmkamera dabei oder so und dann hat sie gesagt ja jetzt machen wir das auch und dann mussten wir da alle die Treppe runterlaufen und dann irgendwann drei Elternteile haben dann so die Jury gespielt, das war total dämlich ((Mehrere Befragte lachen))

Z3: Das haben wir aber auf Klassenfahrt auch mal gemacht [...] Wir sind den Flur entlang gelaufen – klack klack klack

Z1: Das hat ich aber auch mal auf m Geburtstag also ich glaub das Laufen ist was was man einfach oft so aus Spaß und weil man's lustig findet, wir haben auch mal aufm

Geburtstag so getan als wären wir die Jury und so
(Zeile 813-825)

Es fällt auf, dass die Jugendlichen die *Bezüge* ihrer Sehlust häufig auf einer allgemeinen Ebene aushandeln: Kleider, Reisen, Fotoshootings werden unbestimmt benannt, auf einzelne, konkrete Beispiele gehen die Befragten primär dann ein, wenn diese explizit nachgefragt werden. Es wirkt teilweise so, als ob die Bilder der Sendung im Rahmen der Sehlust an schönen Dingen, ähnlich Fotos aus Hochglanzmagazinen, zu einer einzigen Collage emulgieren. Erklärbar wird dies vor der Blaupause des Befundes, dass die Mädchen die Kandidatinnen vielfach eher als (Stereo-)Typen denn *in persona* aneignen, was sich niederschlägt in häufigen Aussagen mit eher unbestimmtem, wenig konkretem Personenbezug und/oder allgemeingehalten-pauschalen Aussagen zu »den Kandidatinnen«, »den Mädchen«, »den Zicken« u. ä. (s. u.). Im Zusammenhang steht dies mutmaßlich mit der genretypischen Inszenierungsform und den daraus resultierenden charakteristischen Ähnlichkeiten von Kandidatinnen über mehrere Staffeln hinweg. Dieser Befund lässt vermuten, dass die Befragten auch die »schönen Bilder«, Symboliken und Episoden teilweise in Form von stereotypen, im Verlauf der Szenen, Folgen, Staffeln vielfach ähnlichen visuellen Abfolgen rezipieren.

Gesamtgesellschaftlich gesehen wird mit der Sehlust an bestimmten Bildern und Szenen sicherlich auch die starke Relevanz reproduziert, die das Optische einnimmt. Ergänzend mag wirken, dass die unterhaltungsorientierte Aneignung offensichtlich getragen ist von einer stark sinnlich-affektiven Komponente (vgl. Hoffmann 2010), die zu einer intensiven Rezeptionserfahrung führt, bei der die jugendlichen Mädchen in starke Resonanz gehen: Die Inhalte scheinen den Befragten als visueller Input und starker Stimulus auf der affektiven Ebene zu dienen¹⁵. Hier spiegelt sich sicherlich die für die Jugendphase spezifische Suche nach Spannung und intensivem Erleben wider, aber auch der Wunsch nach Ablenkung vom Alltag, nach sinnfreiem Selbstzweck und Spaß (vgl. Wegener 2008a). Das lustvolle Lesen schöner Bilder verheißt für die Zeit der Aneignung Vergnügen und Anregung in Form von Stimmungsregulation, Vermeidung von Langeweile, Eskapismus und Regeneration. In den Aushandlungen zeigt sich, dass die Befragten die TV-gebundene temporäre »Passivität« genießen – teilweise wird von den Jugendlichen die Entlastung vom Selektionsdruck als Besonderheit der Fernsehrezeption thematisiert¹⁶. Beispielhaft dafür stehen die Ausführungen eines Mädchens, die ihre Nutzung von *Germany's Next Topmodel* auf einer Ebene mit anderen TV-Angeboten sieht, die sie zum »Abschalten«¹⁷ schaut:

-
- 15 Dazu trägt vermutlich auch die affektive Aufladung der Bilder durch Produktionsästhetiken bei (vgl. Hoffmann 2010), bspw. Musik- und Lichteffekte oder Kameraeinstellungen.
- 16 Bspw. anhand des Uses-and-Gratifications-Ansatzes wird immer wieder gezeigt, dass die RezipientInnen den Medien zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse unterschiedliche Funktionen zuweisen (vgl. Bonfadelli 2004). Demnach fungiert das TV als Entlastung, Unterhaltenwerden u. ä. (vgl. Wegener 2003). Die Nutzung der Social Media dagegen ist mehr mit Aktivität verbunden (vgl. Kapitel 5.2.2c).
- 17 Das an den eigenen Bedürfnissen orientierte Medienhandeln verweist auf das aktive Moment, das den verschiedenen Phasen der Medienaneignung, und so auch der Selektion, innewohnt. Die ausschließlich negative Deutung von Eskapismus als reine Passivität, die teilweise in der akademischen und öffentlichen Debatte zu finden ist, ist nicht gerechtfertigt.

K2: Also ich mein, ich guck manchmal mit meiner Mutter Marienhof oder so was, das ist einfach so – so ich weiß auch nicht, einfach die Probleme von anderen Leuten das scheint wohl einfach mal so zu (?) ((Mehrere Befragte lachen)) und – irgendwie wirklich, also manchmal kann man sich an den Kopf schlagen was für Aufgaben die haben oder wegen was sie sich da bekriegen aber es ist einfach irgendwie wirklich also – da so – dass man irgendwie für zweieinhalb Stunden vielleicht – in ner anderen Welt ist – abschalten

K4: Ja, manchmal schaue ich's nur aus Langeweile – macht ja Spaß dis zu gucken, ist ja sehr lustig
(Zeile 62-69)

Getragen vom emotionalen Umgang der Jugendlichen mit Sendungsinhalten ist auch die zweite Facette, die die Befunde für den Kontext der unterhaltungsorientierten Aneignung ergeben: Die Auswertung der Daten weist darauf hin, dass die Mädchen geknüpft an bestimmte spannungsgeladene Narrative während der Rezeption sowie beim Austausch dazu hohe emotionale Intensität erleben. Die Jugendlichen gehen offensichtlich bei spezifischen Sendungsinhalten mit großem Vergnügen in eine Resonanz mit den Sendungsinhalten sowie miteinander. Darauf deutet hin, dass in allen Gruppendiskussionen immer wieder dieselben Episoden und Szenen besprochen werden. Und auch als Rezeptionsmotiv sowie für die Anschlusskommunikation nennen die Befragten häufig unterhaltungsorientiert inszenierte Episoden mit affektiv aufgeladenen Inhalten. Die Auswertungen zeigen, dass diese Episoden dadurch gekennzeichnet sind, dass sie durch narrativ erzeugte Spannung aufgeladen sind. Dies tritt anscheinend vor allem durch genretypische Sendungsdramaturgien und -inszenierungen, wie Emotionalisierung, Dramatisierung, Personalisierung und/oder Intimisierung, ein und betrifft inhaltlich primär Human Interest-Themen. Die Aushandlungen weisen darauf hin, dass Szenen dieser Art von den Mädchen als saliente Reize wahrgenommen werden, da sie Unterhaltungswert, aber auch Anschlussfähigkeit bieten. Der Austausch dazu ist gekennzeichnet durch Intensität und Selbstreferenzialität wie auch Vertrautheit mit den verhandelten Themen. Die Befunde legen nahe, dass die Auseinandersetzungen Gemeinschaft, Selbstverortung und kollektive Vergewisserung von Werten widerspiegeln.

Die Antworten auf die Frage, was die Befragten an *Germany's Next Topmodel* mögen und/oder was sie bezüglich der Sendung besprechen, machen durch ihre gruppenübergreifende Homogenität auf sich aufmerksam: Es fällt auf, dass die Mädchen aller Gruppen hier vielfach Bezug nehmen auf Bereiche rund um »Drama«, »Heulerei«, »Zickerei«:

KB3: Machen uns über'n paar Menschen lustig, würde ich sagen ((lacht))

KB1: Über diese Dramen würde ich sagen ((lacht))

KB2: Ja, Drama

(Zeile 137-139)

Beispielhaft dafür stehen Szenen mit starken Emotionen der Kandidatinnen, etwa beim Erfüllen von oder Scheitern an gestellten Aufgaben¹⁸. In Form von Abwertungen und

18 An dieser Stelle zeigen sich beispielhaft die scheinbaren Inkohärenzen in den Aussagen der Befragten, die diese jedoch nicht als konfligierend wahrnehmen: Im Modus der unterhaltungsori-

Distinktionen handeln die Mädchen dabei vor allem negativ wahrgenommene Verhaltensweisen der Kandidatinnen und gelegentlich auch der Jury aus. Häufig geht es dabei um die Un-/Angemessenheit des Verhaltens¹⁹:

G3: Oder wie die eine mitm Radeln da

G5: Ja, die sollte tanzen

G3: Die sich nicht bewegen kann – darüber hat man geredet

G2: Die sich sexy bewegen sollte und dann hat sie so – das war lustig, darüber lacht man dann bisschen und redet auch

(Zeile 33-37)

Die Befunde zeigen, dass die Befragten es genießen, sich über Verhalten und Eigenschaften der Handelnden in der Sendung auszutauschen. Im Rahmen dieser Thematisierungen äußern sich die Mädchen insbesondere zu konflikthaftern, spannungsgeladenen Human Interest-Aspekten. Die Positionierungen scheinen affektiv, intensiv und expressiv. Hier zeigen sich Selbstreferenzialität und Eigendynamik in den Gruppendiskussionen besonders nachdrücklich, deutlich wird eine große Vertrautheit mit den Themen sowie in der gemeinschaftlichen Kommunikation dazu. Gemeinsam ist den Signifikaten der Positionierungen, dass sie i. d. R. eine »Skandalisierung von Normverstößen« (Lünenborg et al. 2011: 40) inszenieren, der die Jugendlichen offensichtlich mit Genuss folgen. Die entsprechenden Medieninhalte erweisen sich als anschlussfähig für die Befragten, der Austausch auf dieser Ebene wirkt für die Mädchen offensichtlich vergemeinschaftend. Dieser Befund deckt sich mit der Forschung, die als wichtige Gratifikationen für Anschlusskommunikation Vergemeinschaftung, die Bildung von »emotional communities« und den Abgleich von Werten konstatiert (vgl. Hoffmann 2007, Hepp 2014, Hämmerling 2017). Daneben deuten die Befunde auch auf Prozesse parasozialer Interaktion bzw. parasozialer Beziehungen hin²⁰. Mit Wegener (2008a, 2008b) soll damit verstanden sein, dass die Jugendlichen mit den Kandidatinnen in eine imaginäre Beziehung treten und darüber auch die eigene Identität abstecken.

entierten Aneignung folgen die Jugendlichen in ihren Aushandlungen offensichtlich den Narrativen der Sendung und lassen sich unterhalten durch die Inszenierung des Verhaltens und/oder der Interaktionen der Medienpersonen. Im Kontext anderer Verhandlungen dagegen verurteilen dieselben Jugendlichen genau dieses Verhalten. Ebenfalls häufig zeigt sich in den Gruppendiskussionen das Phänomen, dass die Befragten angeben, *Germany's Next Topmodel* vor allem zu schauen wegen bestimmter Kandidatinnen, über die sie sich amüsieren. An anderer Stelle der Gruppendiskussionen kritisieren sie das Weiterkommen eben dieser Kandidatinnen als Fehlentscheidung (vgl. Kapitel 5.1.3).

- 19 Diese Themen treten möglicherweise nicht nur bei der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* hervor, sondern stellen allgemein ein zentrales Gesprächsthema dar. In einer Untersuchung zur »Scherzkommunikation unter Mädchen« (Branner 2003) zeigte sich, dass »fehlende Hygiene und unangemessenes Verhalten« die am negativsten belegten Bereiche in der Kommunikation unter Mädchen darstellen. Der Aspekt der Hygiene spielt ebenfalls eine zentrale Rolle in den Antworten der Befragten im Kontext von Schönheitshandlungen in dieser Arbeit (vgl. Kapitel 5.2).
- 20 Der Unterschied zwischen parasozialer Interaktion (PSI) und parasozialer Beziehung (PSB) ist nach Wegener (2008b) dadurch gekennzeichnet, dass die PSI in einer eher einzelnen Situation verbleibt, die PSB dagegen mehrere »Interaktionssequenzen« (ebd.: 294) umfasst.

Häufig erweisen sich die Aussagen der Mädchen als durch Voyeurismus, Schadenfreude und Spott gekennzeichnet. Neben der Einordnung als Distanzierungsstrategien stellen sich diese als relevante Motivation für die Rezeption dar. Das reflektieren und beschreiben die Befragten in vielen Fällen offen, meinungsstark und lustvoll:

O5: Es ist lustig wenn manche gequält werden ((Mehrere Befragte lachen))

O3: Ich glaub aber das ist wirklich so weil sonst guckt man das doch nicht wenn da – langweilige

[...]

O5: Wenn das nicht so gemein wär und man da nicht immer verheulte Mädels sehen würde

O?: Dann wär's ja auch langweilig

(Zeile 290-294)

Die Aushandlungen der Mädchen verweisen mehrheitlich auf eine hohe Genrekompentenz und Wissen aus dem öffentlichen Diskurs zu Castingshows und/oder zur Modelbranche. Die Befragten referenzieren bspw. auf Kenntnisse um die Produktionsbedingungen und Inszenierungsmechanismen der Sendung oder auf Anforderungen des Modelberufs. Die daraus resultierende Durchschau- und Vorhersagbarkeit des Medientextes scheint sowohl Basis für kritische Auseinandersetzungen zu sein wie auch Teil bzw. Voraussetzung des Schvergnügens²¹. Die explizite Benennung des eigenen Bewusstseins um die Sendungsdraturgien und die Intentionen des Formats sowie der betont ironische Umgang damit ermöglichen den Zuschauerinnen offensichtlich, ihre Sehlust ohne schlechtes Gewissen auszuleben. Die Verweise auf »die eigene Kompetenz des ›Durchschauens‹ der Inszenierung« (Stehling 2015: 275) funktionieren für die Befragten dann selbstwertdienlich insofern, als sie den Anschein der Rezeption »banaler Unterhaltung« sowie der Involvierung und Identifikation mit den entsprechenden Sendungsinhalten vermeiden.

Mit Häme, Voyeurismus und Abwertung der Medienpersonen verbunden sind auch Prozesse der Distinktion und der Aufwertung der eigenen Person bzw. der eigenen Peergroup. Denn Teil von Distinktionsstrategien ist immer auch die eigene soziale Positionierung (vgl. Degele 2004) und darüber Selbstverortung und Versicherung der eigenen Identität. Besonders häufig zeigen sich Negativ-Abgrenzungen der Befragten beim Austausch zu Verhalten und Eigenschaften der Kandidatinnen (vgl. dazu auch Abschnitte zur Aneignung der Kandidatinnen über Stereotype am Ende dieses Kapitels):

K2: [...] aber zum Beispiel diese Anna-Lena [...] die die faucht wirklich richtig extrem

K1: Die ist wirklich krass

K4: Sie ist RICHTIG hübsch und sie ist auch [...] ich hasse die

K2: Sie ist so DUMM!

K3: Sie ist immer da und sie muss immer lästern soweit jemand was hat was besser ist und dann ist sie so ((imitiert) ja ist ja voll die Schlampe – und dabei rennt sie selber irgendwie die ganze Zeit

21 In Bezug auf die Aussagekraft der unterschiedlichen Positionierungen der Befragten in diesem Kontext vgl. Kapitel 5.1.3.

K2: Ja und sie sagt die ganze Zeit ((imitiert)) ja ist doch n Scheiß so ein Abfuck [...] Sie ruft DIE GANZE ZEIT, das ist so extrem

K4: Nur wenn sie irgendetwas nicht gut macht dann sagt sie ((imitiert)) dann sollen die mich doch rauswerfen mir eigentlich scheißegal, richtig peinlich

(Zeile 173-185)

Hier scheint eine Schnittstelle zum Bereich der Aneignung als Leistung durch (vgl. Kapitel 5.1.3) sowie die große Bedeutung der lebensweltlichen Bezüge für die Entschlüsselung und Aneignung des Medientextes: Die verhandelten Eigenschaften und Verhaltensweisen beziehen sich größtenteils auf Werte aus dem neoliberal-konkurrenzialen Spektrum. Das Amüsieren »auf Kosten« der Kandidatinnen erfolgt häufig anhand von Positionierungen zum wahrgenommenen bzw. inszenierten unangemessenen Verhalten, das offensichtlich als Inadäquatheit zwischen (gestellten) Anforderungen bzw. Erwartungen und der Reaktion darauf wahrgenommen wird. Exemplarisch dafür steht das in den Gruppendiskussionen vielfach benannte »Rumzicken« oder »Heulen« der Kandidatinnen. In der Auswertung sticht der gruppenübergreifende Konsens der Befragten hervor, mit dem sie Herabsetzung und Schadenfreude in Bezug auf Kandidatinnen als legitim und selbstverständlich begreifen, wenn diese sich den Anforderungen der Sendung verweigern: »Heulen« ist Metapher dafür, dass die Kandidatinnen sich den an sie gestellten Erwartungen entziehen, »zicken« steht für eine Form der Zurückweisung von Anforderungen. Auch exaltiert-starke Emotionen werden anscheinend derart normalisiert als unpassend wahrgenommen (zu den Ausnahmen vgl. Kapitel 5.1.4). Die Homogenität und Rigidität der Aussagen verweist darauf, dass die dominante Lesart des Medientextes, der die Mädchen hier folgen, stark korrespondiert mit den Normen und Werten ihrer eigenen Erfahrungsbezüge. Dies fügt sich stimmig ein in den Befund, dass die Befragten Gefühle und deren Äußerungen vor allem im privaten Raum verorten (vgl. Kapitel 5.2.1c). Im öffentlich-professionellen Raum, in dem die Mädchen *Germany's Next Topmodel* primär situieren, werden starke Emotionen dagegen als unpassend und unangemessen wahrgenommen (vgl. Kapitel 5.1.3). Ebenso wie bei der Verweigerung von Anforderungen an Leistung und Selbstdisziplin (über »heulen« und »zicken«) zeigen die Befunde, dass die Mädchen eine Verletzung normativ gesetzter gesellschaftlicher Regeln im öffentlich-professionellen Kontext wahrnehmen (vgl. dazu weiterführend Kapitel 5.1.3).

Auch Scheitern scheinen die Mädchen unter bestimmten Bedingungen in ähnlicher Weise zu interpretieren: Unangemessenes Verhalten thematisieren die Befragten häufig für Situationen, in denen die Kandidatinnen bestimmte Leistungen erbringen sollen und dies – so die dominante Lesart – misslingt:

KB3: Aber ich mag das auch wenn die leiden ((Mehrere Befragte lachen)) Wenn die dann anfangen zu heulen.

KB1: Doch, ich stimm' dir zu ich stimm' dir zu

KB2: Ja. Wenn die wenn die so Höhenangst haben und die sind so drei Meter in der Höhe

KB5: Ja weil man sich denkt, wenn die so Model wäre, da musst du so was abkönnen
(Zeile 158-164)

Die Meinungen der Mehrheit der Befragten deuten auf eine besondere Form der Schadenfreude hin. Deren Homogenität über alle Gruppendiskussionen hinweg lässt relevante Bezüge zu den eigenen Lebenswelten vermuten: Die Kandidatinnen scheitern, *obwohl* ihnen die Anforderungen bekannt sind. Mit ihrer Bewerbung für eine Teilnahme, so die implizite Unterstellung, sollten die Kandidatinnen die Ansprüche der Sendung antizipieren und mit ihren eigenen Fähigkeiten abgleichen. Das Scheitern bzw. schlimmer noch das Verweigern von Leistungen scheint für die jugendlichen Zuschauerinnen ein Beweis dafür zu sein, dass die Kandidatinnen ihre Kompetenzen überschätzen. Und eine Überbewertung der eigenen Person, gedeutet als Arroganz und/oder Überheblichkeit, ist im engen Schema der Normalisierungen der Jugendlichen äußerst negativ behaftet (vgl. Kapitel 5.2.1b). Entsprechend ruft diese Form des Versagens besondere Schadenfreude hervor und damit verbunden die Herabsetzung der Kandidatinnen. Die Befunde dieser Arbeit deuten darauf hin, dass die gemeinschaftlichen Verhandlungen umso intensiver geführt werden, je öfter die Befragten *Germany's Next Topmodel* schauen. Eine Erklärung dafür mag darin liegen, dass die emotionale Bindung an die Kandidatinnen bzw. den Medientext im Zusammenhang steht mit der Sehhäufigkeit, da die Settings, Medienpersonen und deren Beziehungen den Vielseherinnen näher und bekannter sind und entsprechend stärker resonieren. An anderen Stellen der Gruppendiskussionen dagegen zeigen die Befragten – die Befunde deuten an, dass dies vor allem für Gelegenheits- und Vielseherinnen zutrifft – durchaus kritische Lesarten der unterhalterischen Teile der Vorzugslesart der Sendung²². Dies bildet sich vor allem in Bezug auf Szenen, bei denen die Jugendlichen Verbindungen zu spezifischen Teilen des eigenen Alltags erkennen und/oder fühlen, die sie empathisch für die Kandidatinnen werden lassen (vgl. Kapitel 5.1.3 und 5.1.4). Diese Befunde korrespondieren mit Lucas' (2010a) Ergebnissen, dass Gelegenheits- und Vielseherinnen changieren zwischen anteilnehmenden, emotionalen Reaktionen auf der einen Seite und kritischen Aushandlungen und Distinktion auf der anderen.

Aufgrund der Häufigkeit der Aushandlungen auffallend sind abwertende Aussagen zur (mangelnden) Intelligenz der Kandidatinnen. Wie o. g. konstruieren die Befragten hierüber wahrscheinlich eigene Überlegenheit, denn: »Abgrenzungen von einer Gruppe erhöhen den Wert der eigenen Gruppe auf Kosten des Wertes anderer.« (Degele 2004: 43) Beispielhaft wird dies deutlich anhand der Antwort einer Befragten aus der Kreuzberger Gruppe auf die Frage, was ihr an der Sendung gefällt:

K2: Aber manchmal auch einfach irgendwie so – ist mir jetzt komisch weil ich das so sage aber manchmal auch einfach so n bisschen die Dummheit der Mädchen ((lacht)) inzwischen so diese Sarah wird gefragt, was unterscheidet dich von den anderen Mädchen? ((imitiert)) Na ich hab einfach so größere Oberweite als die anderen (Zeile 147-150)

Teilweise finden die Aushandlungen zur Intelligenz der Kandidatinnen, wie in diesem Fall, entlang der vorgegebenen Narrationen statt. Teilweise werden Urteile auf allge-

22 Diese Befunde korrespondieren mit Lucas (2010a) Ergebnissen, dass Gelegenheits- und Vielseherinnen changieren zwischen anteilnehmenden, emotionalen Reaktionen auf der einen Seite und kritischen Aushandlungen und Distinktion auf der anderen.

mein-pauschalisierender Ebene gefällt, bspw. wenn eine Befragte aus der Oberschöne-weider Gruppe die Kandidatinnen als »nicht unbedingt schlau« (Zeile 181) und »hübsche Hauptschülerinnen« (Zeile 184) bezeichnet, oder in der Kreuzberger Gruppe in 2017 ein Mädchen äußert, dass sie die Kandidatinnen »alle ziemlich dumm« findet (Zeile 616)²³. Ein Mädchen aus der Steglitzer Gruppe begründet die Ablehnung einer Teilnahme an der Sendung mit der eigenen intellektuellen Überlegenheit und der der Peergroup gegenüber den Kandidatinnen:

S3: Wir sind glaub ich nicht umsonst auf dem Gymnasium ((Mehrere Befragte lachen)) (Zeile 262)

Darüber hinaus wird die (schulische) Ausbildung oder der Beruf der Kandidatinnen »außerhalb« der Sendung so gut wie nie thematisiert. Negativ herausgestellt wird dagegen in einigen Fällen die Heimat der Castingshow-Teilnehmerinnen, die in diesen Fällen als »Provinzialität« gedeutet wird. Auch darüber grenzen sich die Befragten, die alle im urbanen Raum der Großstadt leben, offensichtlich positiv ab und werten sich auf. So antwortet ein Mädchen aus der 2017er Kreuzberger Gruppe auf die Frage nach den Teilnahmemotiven der Kandidatinnen: »so wie die Leute, die aus'm Dorf kommen, definitiv so die Welt mal sehn« (Zeile 650-651). Selbstverortungen über die Herausstellung unerwünschter Eigenschaften finden sich partiell auch in Bezug auf die JurorInnen. Bemerkenswert ist, dass in diesen Fällen die Lesarten der Mädchen ausgehandelt oder oppositionell (vgl. Kapitel 5.1.4) scheinen²⁴:

F4: Und die Juroren sind extrem arrogant, also wenn ein Thomas [...] der ist sowas von unsympathisch [...] Ja, den mag ich auch echt überhaupt nicht

F2: Aber den anderen find ich noch schlimmer
[...]

F4: Ja, Michalski, na der ist auch total bekloppt

F2: Michalski, Michalski, der ist ein bisschen

F4: Irre

(Zeile 207-217)

Die Befunde deuten darauf hin, dass hier facettenreiche Prozesse stattfinden, die im Zusammenhang mit eigenen Erfahrungen stehen (vgl. Kapitel 5.1.3 und 5.1.4). Bei den spaßbesetzten Thematisierungen der männlichen Juroren und Coaches ist auffällig, dass diese sich vielfach um vom Heteronormativen Abweichendes und (effemierte) Homosexualität drehen²⁵:

23 Als Erklärung mag auch mit hineinspielen, dass in der öffentlichen Meinung das Klischee vorherrscht, Models seien wenig intelligent.

24 Es ist nicht zu vermuten, dass der Medientext die Juroren mit den von den Mädchen beschriebenen Eigenschaften negativ assoziiert inszeniert.

25 Auffällig ist, dass die Befragten bei diesen Aussagen keine Anzeichen von Antwortverhalten nach sozialer Erwünschtheit zeigen. Bei anderen Aushandlungen, bspw. zum Thema Körperformen/Figur, wird durchaus sichtbar, dass die Mädchen auf ihre Wortwahl achten im Wissen, dass dies erwartet wird von gesellschaftlichen Konventionen im Sinne politischer Korrektheit. Dies lässt sich so interpretieren, dass in der öffentlichen Meinung Stereotypisierungen von Homosexuellen »salonfähig« sind.

Z2: Ja und jetzt haben sie diesen JORGE

((Mehrere Befragte lachen))

Z1: Die schwulen Catwalk-Trainer sind auch immer lustigst

Z4: Aber glaubt Ihr wirklich der ist schwul?

Z1: Der IST schwul

Z3: Häh natürlich

Z1: Wenn DER nicht schwul ist

((Mehrere Befragte lachen))

Z4: Habt Ihr sein (Clown?-)Kostüm gesehen als er da auf diesem Steg gelaufen ist? Ich dachte, höh?

Z1: Seine Schuhe und sein Kostüm

Z2: Ja das war toll

(Zeile 151-161)

Die Suche nach und Beschäftigung mit der eigenen sexuellen Identität führt vermutlich dazu, dass ambivalente, nicht eindeutig markierte Rollen und Sexualitäten die Mädchen beschäftigen. Darauf deutet auch hin, dass zum Erhebungszeitpunkt 2017 die Geschlechtsumwandlung einer Kandidatin aus *Germany's Next Topmodel* in fast jeder Gruppendiskussion thematisiert wurde. Das Lachen lässt sich interpretieren als Unsicherheit im Umgang mit dem Bereich (Homo-)Sexualität, die gleichzeitig mit Faszination einhergeht, darauf lassen die häufigen Thematisierungen schließen.

Ein weiterer Befund zur Aneignung der Kandidatinnen zeigt die vielfältigen Facetten in der Medienaneignung von *Germany's Next Topmodel* auf: In der Auswertung sticht die scheinbare Inkohärenz ins Auge zwischen einerseits den emotionalen Bezügen der Befragten zu den Kandidatinnen, über die ein Großteil der Unterhaltung sowie Aushandlungen über Normen und Werte geschieht, und andererseits der geringen »Rückkopplung« an konkrete Personen in der Sendung. Denn bei der Fokussierung der Befragten auf Themen des Human Interest ist auffällig, dass die Gespräche dazu nur teilweise über einzelne – konkrete – Kandidatinnen der Sendung geführt werden, es überwiegen Thematisierungen bestimmter Narrationen bzw. Szenen. Offensichtlich wird dies bspw. an der seltenen Verwendung von Namen der Kandidatinnen. Stattdessen wird vornehmlich allgemein über »die«, »die Kandidatinnen«, »die Mädchen« gesprochen, ohne dabei konkret auf einzelne Kandidatinnen *in persona* einzugehen. Befragt nach ihren Lieblingskandidatinnen, zeigen sich die Jugendlichen häufig nicht sehr emotional eingebunden bei der Nennung ihrer Vorlieben für bestimmte Teilnehmerinnen der Sendung. Es werden zwar Kandidatinnen benannt bei der expliziten Frage nach Favoritinnen. Meistens erfolgen die Antworten in der Form, dass ein bis zwei Namen genannt werden von Kandidatinnen, die die Befragten angeben zu »mögen«. Weiterführende Positionierungen dazu entfallen häufig ganz oder sind sehr kurz gehalten²⁶. Das in anderen Studien (vgl. Götz/Gather 2012, Hackenberg/Hajok 2012) festgestellte Mitfiebern

26 Natürlich lässt sich auch diese Tendenz vor dem Hintergrund von Distanzierungsstrategien deuten. Allerdings erweisen sich auch die Thematisierungen und Aushandlungen zu den Kandidatinnen im gesamten Verlauf der Gruppendiskussionen, in deren Selbstreferenzialität und Eigendynamik Einstellungen und Bewertungshorizonte i. d. R. deutlich werden, in der angeführten Art und Weise.

mit bestimmten Favoritinnen zeigt sich in dieser Arbeit wenig ausgeprägt²⁷. Die Aussage einer Befragten aus der Kreuzberger Gruppe lässt sich symptomatisch für das Verhältnis der Mädchen zu den (Lieblings-)Kandidatinnen lesen:

K3: Und wenn man dann, weiß nicht – die ersten zwei Folgen, die ersten zwei Teile gesehen hat dann hatte man irgendwann seinen Favoriten bei der man dachte ok mal gucken wie lange sie drin bleibt und dann wenn sie weg war dann, ok such ich mir ne Neue ((lacht))
(Zeile 55-57)

Auffallend ist zudem, dass die konkreten Teilnehmerinnen der Sendung insgesamt schlecht erinnert werden²⁸. Die Homogenität dieser Tendenz im Inter- und Intragruppenvergleich lässt darauf schließen, dass keine Zufälligkeit vorliegt. Für die den Befragungen vorangegangenen Staffeln nennen die Mädchen bei expliziter Nachfrage, an welche Teilnehmerinnen der Sendung sie sich erinnern, sowie bei sonstigen Thematisierungen größtenteils dieselben Kandidatinnen. Die Nennungen beschränken sich dabei bemerkenswerterweise in allen Gruppendiskussionen – sowohl von 2011 als auch von 2017 – auf dieselben insgesamt ca. 15 (Ex-)Teilnehmerinnen²⁹. Teilweise werden die Kandidatinnen namentlich genannt. Die Erinnerung des Namens taucht

27 Auch das von Luca (2010a) erfasste Phänomen des Fremdschämens zeigt sich in den Befunden selten. Die Autorin begreift Fremdschämern als Indikator für eine intensive emotionale Reaktion im Sinne einer »starke[n] affektive[n] Beteiligung am Geschehen der Sendung, nämlich ein Schämern in Stellvertretung für die Medienfiguren« (ebd.: 215). In Lucas Studie zeigt sich das Fremdschämern hauptsächlich bei den Vielseherinnen. Eine mögliche Erklärung für diese Differenz könnte das Alter der Befragten und/oder der Bildungsgrad darstellen. Die Befragten in Lucas Studie waren Studentinnen. Das würde dafür sprechen, dass das Fremdschämern keine rein affektive Reaktion darstellt, sondern auch kognitive Momente beinhaltet, die bei Älteren bzw. Befragten mit einem höheren Grad an Wissen stärker zum Tragen kommen.

28 Spannend stellt sich die beschriebene spezielle Art der Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel*-Kandidatinnen im Vergleich zu den Positionierungen zu *Deutschland Sucht den Superstar* dar. In einigen Gruppendiskussionen thematisieren die Jugendlichen letztgenannte Sendung selbstreferenziell, dabei zeigt sich ein deutlich anderer Umgang mit den KandidatInnen: Die Mädchen verwenden stets die Namen der angesprochenen TeilnehmerInnen, und die Aushandlungen verweisen auf höheres Involvement und vielfältige Prozesse der Identifikation und/oder PSI. Besonders häufig ist Thema, welche KandidatInnen ausgeschieden sind, vielfach gekoppelt mit Diskussionen zur Angemessenheit des Ausscheidens/Weiterkommens, die Liebensbeziehungen zwischen KandidatInnen oder das Schwärmen der Befragten für männliche Kandidaten. Eine mögliche Erklärung für das sich hier zeigende hohe Involvement könnte sein, dass die Befragten, die die Sendung selbstreferenziell thematisieren, i. d. R. Fans bzw. Heavy User von *Deutschland Sucht den Superstar* sind. Weiterhin scheint es so, dass die Bezüge zu den männlichen Kandidaten der Sendung – die es bei *Germany's Next Topmodel* nicht gibt – eine Rolle spielen, insbesondere in Form von PSI und PSB. Diese Interpretation passt zum Ergebnis der Studie Stachs (2009), die feststellt, dass die Jungen die Kandidatinnen als »potentielle Partnerinnen« (ebd.: 169) aushandeln. Eine interessante Vergleichsmöglichkeit zu diesen Befunden würden Forschungen darstellen, die bei Zuschauerinnen des amerikanischen Topmodel-Formats die Aneignung *männlicher Kandidaten* untersuchen.

29 Einen Unterschied zwischen 2011 und 2017 stellen natürlich die Nennungen der Kandidatinnen aus der Staffel von 2017 dar. Allerdings werden diese auch bei der Erhebung 2017 nur gelegentlich thematisiert.

vor allem bei Staffel-Gewinnerinnen auf (bspw. Lena Gercke, Sara Nuru, Barbara Meier, Stefanie Giesinger). Eine weitere Gemeinsamkeit der Genannten besteht darin, dass sie zum Befragungszeitpunkt medial relativ präsent waren, bspw. über Social Media, im Modelbereich oder als Fernseh-Moderatorinnen. Teilweise wird auch das Wissen über Kandidatinnen, die im öffentlich-populären Diskurs präsent sind, zum Thema gemacht über die primäre Narration:

KB1: Diese eine die hat ist doch jetzt mit so nem alten Typen zusammen. Diese
 Mehrere KB: Hm Natalie
 (Zeile 120-122)

Häufig aber fallen den Befragten die Namen selbst bei den wenigen konkreten Kandidatinnen, zu denen Aushandlungen stattfinden, nicht ein bzw. sie verwenden diese nicht. Teilweise thematisieren die Befragten diese Tendenz selbst:

T2: Ich kann mich an gar keine Namen mehr erinnern und auch an gar keine Mädchen
 – wenn die Staffel vorbei ist dann ((lacht))
 (Zeile 224-225)

Die thematisierten Kandidatinnen werden stattdessen meist über charakteristische Narrative beschrieben und ausgehandelt; dies gilt selbst für die zum Befragungszeitpunkt laufende Staffel. Diese Narrative bestehen größtenteils aus einer – von der Vorzugslesart entsprechend inszenierten – herausstechend und affektiv aufgeladenen Episode der Sendung bzw. teilweise auch mehreren Episoden, wenn diese dasselbe Narrativ bedienen. Die Aushandlungen der Jugendlichen legen nahe, dass Offensichtlichkeit, Eindeutigkeit und die Verknüpfung mit als klar negativ oder klar positiv konnotierten Eigenschaften Kriterien darstellen, damit Kandidatinnen bzw. spezifische Episoden oder Narrative, die stellvertretend für die Kandidatinnen verhandelt werden, Bedeutung für die Aneignenden erlangen. Inhaltlich zeigen sich Korrespondenzen zu den von den Mädchen bevorzugten Aushandlungsobjekten der Human Interest Themen. Bemerkenswert sind die gruppenübergreifenden Übereinstimmungen der genannten Narrative sowie die Kopplung von bestimmten Kandidatinnen mit jeweils denselben Narrativen über alle Gruppen hinweg. Beispiele stellen die Kennzeichnung einer Kandidatin über eine Umstyling-Episode dar, in der dieser die Haare kurz geschnitten und rot gefärbt wurden (»die mit den kurzen roten Haaren«, »die, der ein Bob geschnitten wurde und die Haare rot gefärbt« o. ä.), einer Kandidatin als »Zicke«, einer anderen als »Heulsuse« oder einer Kandidatin über einen Ausspruch (»Zack die Bohne«) dar. Die anderen Befragten aus der Gruppe wissen i. d. R. anhand dieser Kennzeichnung ad hoc, welche Kandidatin gemeint ist. Diese Befunde lassen sich interpretieren in der Art, dass die Mädchen in vielen Fällen eher *Stereotypen* verhandeln als die Kandidatinnen *in persona*.

Eine mögliche Erklärung für diese Art der Aneignung stellen die spezifischen Inszenierungsstrategien des Reality TV dar: Wie verschiedene AutorInnen nachgewiesen haben (vgl. u. a. Wegener 1994, Klaus/Lücke 2003) ist die genretypische Darstellung der Medienpersonen in *Germany's Next Topmodel* unter anderem durch Stereotypisierung gekennzeichnet. Auch die »realen« Personen, die an Castingshows teilnehmen, werden demnach ähnlich fiktionalen Figuren in anderen Genres inszeniert und vereinfacht und

überspitzt als bestimmte Typen dargestellt. Diese Darstellungen knüpfen meist an gesellschaftlich konsensuell geteilte Bedeutungshorizonte an, um so eine Verständlich- und Durchschaubarkeit, aber auch die bereits erwähnte Vorhersagbarkeit des Medientextes für die RezipientInnen sicherzustellen. Was Klaus/Lücke (2003) als Charakteristika von Docu und Reality Soaps konstatieren, gilt offensichtlich ebenso für *Germany's Next Topmodel*³⁰:

»Eine differenzierte, vielschichtige Darstellung der Charaktere ist nicht das Ziel [...]. Eine umfassende Bearbeitung von Problemen wie auch eine sensible unverwechselbare Charakterzeichnung führte dazu, dass der Medientext für die Zuschauenden weniger produzierbar und damit wenig populär wäre. Gerade die Überzeichnung der Charaktere und die oberflächliche Darstellung von Problemen ermöglicht es den verschiedenen Gruppen von Zuschauenden, diese Vorlagen mit eigenen Bedeutungen zu füllen.« (Ebd.: 209)

Verstärkend wirkt sicherlich, dass diese Stereotypen über die verschiedenen Staffeln hinweg immer wiederkehren, und aus der großen Ähnlichkeit eine gewisse Austauschbarkeit für die ZuschauerInnen resultiert. Damit erklärt sich auch, warum vor allem die von intensiven Emotionen geprägten Narrative starke Stimuli darstellen, die dazu führen, dass bestimmte Kandidatinnen bzw. die entsprechenden Narrative erinnert werden – denn das sind diejenigen, die über affektive Aneignung den Befragten im Gedächtnis bleiben. Diese Entwicklung bedingt, dass die in der Sendung dargebotenen Reize fortschreitend stärker inszeniert werden müssen, damit sie die Schwelle der Aufmerksamkeit und des Gewöhnungseffekts passieren. Die Tatsache, dass sich die Aneignung bzw. Aushandlung über Stereotype bei so gut wie allen Befragten zeigt, spricht außerdem dafür, dass die Mädchen – unabhängig davon, ob sie sich selbst als Nicht-, Gelegenheits- oder VielseherInnen kennzeichnen – die Sendung selbst und/oder Informationen dazu aus dem öffentlichen Diskurs über mehrere Staffeln, also Jahre hinweg, rezipieren. Im Falle der Rezeption von nur einer Staffel dürfte sich der Befund nicht derart ausgeprägt darstellen.

Wie bereits in Bezug auf die Befunde zur Genrekompetenz der Befragten beschrieben, zeigt sich, dass die Jugendlichen die Inszenierung der Kandidatinnen in Form von Stereotypen teilweise wahrnehmen und artikulieren. Partiiell gilt dies auch für die männlichen Juroren (vgl. dazu auch Kapitel 5.1.4). Bei diesen Thematisierungen fällt auf, dass sie i. d. R. gerahmt sind durch eine kritische Position zu den Stereotypen und/oder zur Darstellungsform selbst. Exemplarisch dafür stehen die folgenden Aussagen aus der Friedenauer Gruppe, die auf die Frage nach Lieblingskandidatinnen erfolgen:

F4: [...] ich hab das ja jetzt ein paar Mal geschaut so, oder halt Teile geschaut oder so. Und ich fand vor allem dass man halt einfach so viele Charaktere irgendwie schon so tausendmal da hatte. Also irgendwie sowas, so Charakterzüge die man echt wiedererkennt von früheren Kandidatinnen, wo man echt so denkt so ja, das ist jetzt irgend-

30 Da mit der Systematisierung von Klaus/Lücke (2003) alle genannten Subgenres zum performativen Reality TV zählen, ist das nicht weiter überraschend.

wie so genau

F1: Kennen wir schon

F4: Ja, kennen wir schon. Die eine die immer so total nett ist und auf einmal ist sie ne totale Zicke, weißt du es ist so, das gibt's schon tausend Mal so

(Zeile 368-374)

Für die in dieser Arbeit befragten Jugendlichen trifft anscheinend zu, dass sie größtenteils die durch den Medientext nahegelegten Aneignungsmodi der Kandidatinnen in Form von Stereotypen übernehmen. Die angereicherten Bedeutungen, zu denen nach Klaus/Lücke (ebd., s. o.) die Stereotypisierung einlädt, fallen demzufolge bei allen Befragten relativ einheitlich aus. Dies deutet darauf hin, dass die Stereotype in der Sendung sehr eindeutig-eindimensional inszeniert sind und/oder dass die damit angesprochenen Wissensordnungen sehr stark an eigene Erfahrungsbezüge und sozial geteilte Überzeugungen anschließen. Die Aushandlungen der Jugendlichen legen nahe, dass sie vor allem diejenigen Kandidatinnen erinnern und thematisieren, die spezielle Eigenschaften »verkörpern«, die in den eigenen sozialen Kontexten der Jugendlichen virulent sind. Die gruppenübergreifend homogenen Zuschreibungen, die in den Positionierungen der Befragten eindeutig und übergreifend mit spezifischen Bewertungen verknüpft sind, verweisen auf die Anschlussfähigkeit des Wahrgenommenen an eigene Erfahrungsbezüge. Wie im Kontext zu Sehlust an Anerkennung symbolisierenden Bildern ausgeführt, gehen offensichtlich die Rezeptionsmodi der Unterhaltungs- und Orientierungssuche auch bei der Aneignung der Narrative und darüber konnotierte Eigenschaften der Kandidatinnen ineinander über. Deren Relevanz für die Jugendlichen ist dann abhängig davon, wie sie im Radius von Leistung, Selbstkontrolle, Erfolg und Kompetenz situiert werden.

5.1.3 Zwischen Leistungsimperativen und Doing Appearance: Die orientierungsgeleitete Aneignung

Neben der Aneignung von *Germany's Next Topmodel*, die zentral durch die Unterhaltungsorientierung gekennzeichnet ist, weisen die Aushandlungen der Befragten noch auf eine weitere Art der Aneignung hin. Diese Positionierungen sind inhaltlich dadurch markiert, dass sie sich vor allem beziehen auf Eigenschaften, Verhalten und Werte in der Erbringung von Leistung, der sichtbaren und erfolgreichen Anstrengung im Hinblick auf von der Sendung gestellte Anforderungen. Dies steht anscheinend im Zusammenhang damit, dass die Befragten die Sendung vor dem Hintergrund eigener lebensweltlicher Bezüge als öffentlich-professionellen Raum aneignen, dem sie spezifische Normen, Erwartungen und Anforderungen zuschreiben. Daran angeschlossen erwarten die Mädchen offenbar Ernsthaftigkeit sowie Nicht-Fiktionalität und Nicht-Inszeniertheit der medialen Inhalte. Dieses Aneignungsmuster wird als orientierungsbezogener Modus begriffen. Der Großteil der Aneignung der Befragten scheint in diesem Modus stattzufinden.

In Medienanalysen, in zuschauerorientierten quantitativen Erhebungen zur Rezeption von *Germany's Next Topmodel* (vgl. Prokop et al. 2009, Lippl/Wohler 2011, Götz et al. 2015a, Götz/Mendel 2016) sowie im öffentlichen Diskurs zur Sendung wird meist

der Fokus auf aussehensbezogene Aspekte gelegt – offensichtlich in der Annahme, bei einer Modelcastingsendung müsse auch die Codierung sowie die Decodierung zentral im Bereich des Aussehens stattfinden. In dieser Arbeit zeigt sich in der Auswertung der Gruppendiskussionen ein scheinbar abweichender Befund: Die Aushandlungen der jugendlichen Mädchen zu *Germany's Next Topmodel* drehen sich eher selten um aussehensbezogene Themen. Prägnant zeigt sich dies bspw. daran, dass die Auseinandersetzung der Befragten mit den weiblichen Medienpersonen, also den Kandidatinnen und Heidi Klum, im orientierungsbezogenen Modus nicht zentral gerahmt durch diese Facette geschieht. Vielmehr beschäftigen sich die Jugendlichen primär mit dem Bereich neoliberal-konkurrenzzieller Eigenschaften. Die spezifischen »Logiken« – denn solche sind es, insofern als sie von den Jugendlichen in sich kohärent und i. d. R. atheoretisch-konjunktiv (vgl. Mannheim 1980) verhandelt werden –, die in Bezug auf *Germany's Next Topmodel* sichtbar werden, verweisen auf eine Wissensordnung, die geprägt ist durch die Orientierung an kompetitiven Werten und Inszenierungen gelungener Subjektivierung in Form von Chiffren erfolgreicher Herstellungsleistungen und anerkannter Sichtbarwerdung. In den Gruppendiskussionen zeigen sich hierbei keine nennenswerten Unterschiede zwischen den beiden Erhebungszeitpunkten 2011 und 2017. Dies wirkt auf den ersten Blick überraschend angesichts der bedeutenden Verschiebungen der Mediennutzung hin zu sozialen Netzwerken und damit einhergehenden Änderungen des »digitalen Verhaltens« sowie daran anknüpfender Prozesse, bspw. der Vermischung von Virtualität und Realität, der Entstehung »eigener persönlicher Öffentlichkeiten« (Schmidt 2012) oder Selbstproduktion und Selbstdarstellung im Social Web (vgl. Kapitel 2.4). Die Befunde verweisen damit eindrücklich darauf, wie komplex Aneignungsprozesse sind: Die Jugendlichen lesen *Germany's Next Topmodel* der Auswertung zufolge nicht vorrangig im Sinne der primären Narration³¹ (vgl. Wegener 2008a) über aussehensbezogene Momente. Und offenbar sind auch Entwicklungen, wie die zunehmende Verwobenheit sozialer Medien mit dem Alltag und/oder die damit einhergehende steigende Bedeutung digitaler Selbstdarstellungen, nicht so wirkmächtig, dass sie Prozesse der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* (deutlich) umformen würden. Die Befunde verweisen vielmehr darauf, dass Machtverhältnisse, gesellschaftliche Diskurse und Anrufungen, Einschreibungen und daraus resultierende eigene Erfahrungsbezüge prägend für die Aneignung der Mädchen zu sein scheinen. (Und diese ändern sich sicherlich nicht innerhalb von einem Jahrzehnt, selbst nicht durch einen derart »massiven soziotechnischen Wandel«³² wie er durch die sozialen Medien ausgelöst sein mag.) Dass damit aber gesagt sei, für die Mädchen hätten Themen im Radius von Aussehen, Körper, Schönheit wenig Relevanz, wird widerlegt in dieser Arbeit vor der Folie der Befunde zu Aussehen und Schönheitshandlungen in eigenen Lebenswelten der Mädchen. In der Zusammenführung der Aushandlungen zur Medienaneignung sowie zum eigenen Schönheitshandeln schließlich zeigt sich der Befund, dass sich die marginalen aus-

31 Der Begriff der *primären Narration* wird an dieser Stelle verwendet in Abgrenzung zur »reinen« Vorzugslesart des Medientextes. Damit soll dezidiert verstanden sein, dass bei der Aneignung einer Sendung, die so in der medialen Berichterstattung und der allgemeinen Öffentlichkeit präsent ist wie *Germany's Next Topmodel*, auch der öffentliche Diskurs eine Rolle spielt.

32 NZZ Online, 18.5.2018: <https://www.nzz.ch/feuilleton/medien/wie-die-sozialen-netzwerke-die-gesellschaft-praegen-ld.1380183>, Stand 29.10.2018

sehensbezogenen Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* aus dem Zusammenspiel von Medientext und dessen Decodierung vor dem Hintergrund spezieller Sinnstrukturen ergeben: Die medialen Rahmungen in Form der sendungsspezifischen Art der Inszenierung aussehensbezogener »Sujets« entfalten offensichtlich geringe Relevanz und Anschlussfähigkeit vor dem Hintergrund eigener Wissensordnungen, Erfahrungsbezüge und Interessenslagen der Mädchen. Das vergleichsweise seltene Auftreten von aussehensbezogenen Aushandlungen im Rahmen der Medienaneignung ist also den Befunden dieser Arbeit nach eigentlich als *Indifferenz und Nicht-Thematisierung* in Bezug auf den spezifischen Medientext zu verstehen und nicht in Bezug zu setzen mit der Bedeutsamkeit des Themas selbst. Wissen und Erfahrungen aus eigenen handlungsleitenden Themen und Lebenswelten sowie der Medientext selbst verweisen *Germany's Next Topmodel* offenbar in einen Kontext, in dem für die Befragten Repräsentationen von Leistung-Kompetenz-Erfolg im *Verhalten und Handeln* in Bezug auf von der Sendung gesteckte, kompetitive Ziele zentral sind. Vor dem Hintergrund der Befunde zu eigenem Schönheitshandeln wird deutlich, dass die Mädchen den Medientext als Erzählung von Leistungserbringung der Teilnehmerinnen anhand deren *Handelns während der gestellten Aufgaben* aneignen. Denn das *Sich-schön-machen* selbst ist nicht Teil der Anforderungen, die die Kandidatinnen in den Herausforderungen der Sendung bearbeiten müssen – dies wird vom Fachpersonal übernommen. Im Wechselspiel damit werden in der Aneignung offensichtlich Erfahrungsbezüge wirksam aus eigenen Lebenswelten, anhand derer die Mädchen *Germany's Next Topmodel* als spezifische, öffentlich-professionelle Sphäre wahrnehmen und entsprechende Normen in der Aneignung aktualisieren, die sich decken mit den von der Sendung inszenierten.

a) Aneignung von Verhalten, Eigenschaften und Werten aus dem neoliberalen Spektrum

Deutlich ins Auge sticht die Aneignung von *Germany's Next Topmodel* als öffentlich-professioneller Raum anhand der Häufigkeit und inhaltlichen Homogenität von Aussagen zu unterschiedlichen Bereichen der Sendung, bspw. zu Orten, Aufgaben, Fotoshootings, Castings, Challenges, ExpertInnen oder Kandidatinnen. Gemeinsamer Nenner ist die Zuschreibung von Professionalität, Anerkennung, Leistung, Erfolg, mit der die Mädchen einen Großteil des Gesehenen offenbar in einer Art Gesamtkontext rahmen. Dieses Feld rezipieren und (re-)konstruieren sie überwiegend als realitätsgetreu und seriös, als professionell-qualifiziertes, niveaues Milieu und Lehr-Lernverhältnis (vgl. Prokop/Stach 2012). In den Aushandlungen der Jugendlichen scheint die Anerkennung des Dargestellten als spezielle Sphäre durch, häufig gepaart mit Hochachtung und Respekt. Die Argumentationen der Befragten in diesem Kontext sind in allen Gruppen sehr ähnlich: Die Mädchen beziehen sich größtenteils auf den Zuwachs an professionell gebundenen Erfahrungen, die die Kandidatinnen im Rahmen von *Germany's Next Topmodel* machen. Damit verbunden scheinen für die Mädchen positiv besetzte Ziele wie der Zugewinn von Kompetenzen, kompetitive Durchsetzung gegen andere, Selbstdisziplin, Erfolg. Entsprechend der Narration der dominanten Lesart wird die Sendung als Leistungsumfeld und Training gelesen, das den Kandidatinnen für den Wettbewerb relevante Kenntnisse und Fähigkeiten zur Selbstoptimierung und Steigerung der Leis-

tungsfähigkeit vermittelt und so Anerkennung und Erfolg in Aussicht stellt³³. Beispielhaft dafür stehen Positionierungen aus der Reinickendorfer und der Moabiter Gruppe, in deren Vergleich auch die Homogenität der Aussagen sichtbar wird:

M2: Also eigentlich lernen sie da schon was weil sie machen äh so viele Fotoshootings so viele Fotosessions, zum Beispiel sogar im Wasser sogar in der Luft und da bereiten sie sich ja schon vor was erwartet wird

[...]

M1: Sie werden so trainiert sozusagen – als würde man zum Trainingscamp gehen

[...]

M3: Aber wenn sie sich bei ner Agentur anmelden – oder wie nennt man das? Sich VORSTELLEN wollen dann sind sie schon erfahrener als andere die einfach so von zu Hause aus – das hilft schon wirklich ja!

(Zeile 163-174)

R2: Und ich glaub VOR ALLEM hilft denen, also bei Germany's Next Topmodel, weil die einfach viele Erfahrungen haben und auch viel so – an ihre Grenzen kommen und das wird denen glaub ich auch später helfen weil ich meine die machen da so viele krasse Jobs also oder auch die Fotoshootings sind manchmal echt extrem, dieses mit diesem Hubschrauber wo die sich da hinstellen mussten [...] Oder die shooten mit Schlangen, mit Würgeschlangen oder sowas oder mit Ratten und dis find ich also da haben die, kriegen die so ne Erfahrung was denen später einfach richtig helfen kann weil wenn das, wenn die so diesen Weg gegangen sind glaub ich – dadurch werden sie echt viel professioneller und ich glaube das hilft denen dann auch später bei den Jobs weil die einfach – ich mein – wenn jetzt n anderes, wenn man jetzt zum Beispiel einfach zu ner Agentur geht da kriegt man vielleicht n paar Shootings aber nicht so ne krassen und nicht so viele – und ähm da ja da hat man dann man hat dann halt wirklich einfach viel Erfahrung

(Zeile 517-530)

Die Ähnlichkeit der Aushandlungen über alle Gruppen hinweg sowie die Ernsthaftigkeit der Einschreibungen deuten darauf hin, dass hier Erfahrungsbezüge aus eigenen Lebenswelten und gesellschaftliche Anrufungen reproduziert werden. Faszinierend für die Mädchen wirken Momente rund um Professionalität, Herausforderung, Selbstüberwindung, Leistungserbringung, Optimierung. Dagegen haben offenbar die sogenannten ExpertInnen, die im Rahmen der Sendung auftreten, bspw. die Jury-Mitglieder, Coaches, Gast-JurorInnen, für die Jugendlichen keine besonders hohe Relevanz. Die Quantität der Thematisierungen sowie die Aussagen legen nahe, dass die Mädchen zu diesen »erwachsenen« Medienpersonen zwar eine Meinung haben, aber diese insgesamt keine zentrale Bedeutung für die Befragten haben. Auffallend ist jedoch, dass eine Art Zweiteilung in den Positionierungen der Jugendlichen zum Fachpersonal sichtbar wird. Auf der einen Seite werden diese pauschalisiert, quasi auf einer Metaebene,

33 Auch hier zeigen sich an manchen Stellen bei bestimmten Positionierungen Brüche mit dieser Lesart, bspw. verweisen die Befragten teilweise auf eine Unterscheidung zwischen der Modelwelt bei *Germany's Next Topmodel* und der »wirklichen« Modelbranche.

als ExpertInnen verhandelt. Hier scheinen ähnliche Prozesse stattzufinden wie bei der Wahrnehmung von außeralltäglichen, erfolgverheißenden Bildern als »Gesamtkunstwerk« oder der Kandidatinnen als Stereotypen (vgl. Kapitel 5.1.2): Es spielen weniger die konkreten Personen selbst eine Rolle, das Fachpersonal collagiert in der Aneignung zu einer Gesamtgruppe mit Expertise, die die Kandidatinnen anleitet. Diese Gruppe nehmen die Mädchen als versierte Fachleute anerkennend und teilweise auch bewundernd wahr. Auf der anderen Seite werden JurorInnen & Co. *in persona* eher im Rahmen von unterhaltungsorientierten Mustern angeeignet und daran anschließend partiell sogar kritisch-abwertend beurteilt, wie die Ausführungen und Zitate im Kapitel zur Aneignung im Modus der Unterhaltung nachzeichnen (vgl. Kapitel 5.1.2). Eine Erklärung für diese zweigeteilten Aushandlungen ist möglicherweise, dass die Aussagen, die auf konkrete Personen in der Sendung und konkrete Szenen referenzieren, eigene Lesarten bzw. Meinungen der Befragten widerspiegeln. Die Aushandlungen, die sich eher auf pauschaler Ebene bewegen, würden dann die Übernahme der dominanten Lesart der Sendung abbilden. Diese zwei Ebenen treten teilweise auch parallel auf. Hier lassen sich ausgehandelte Lesarten identifizieren. Bspw. affirmieren die Mädchen auf die Frage hin, wie sie die Juroren einschätzen, diese als expertenhaft, die Aussagen verlagern sich dann aber selbstreferenziell auf die Ebene von Personalisierung und Intimisierung:

S5: Ja also ich glaub auch – also Heidi hat vielleicht n bisschen Ahnung aber ich glaub die anderen beiden die wechseln ja auch jedes Jahr – und ich glaube die nehmen einfach immer einen so der leicht schwul wirkt

(Zeile 159-161)

Die Meinungen zu Heidi Klum sind sehr heterogen; von Indifferenz über Ablehnung bis zu Zuneigung und Affirmation sind alle Einstellungen vertreten. Aber selbst für Heidi Klum, als »populärer Kopf« und »exponiertes Mitglied« (Hajok/Selg 2012) der Jury, die im öffentlichen Diskurs und der medialen Berichterstattung sehr präsent ist, verweisen die Befunde darauf, dass sie keine hohe Relevanz für die Jugendlichen besitzt. Auch hier zeigt sich ein Unterschied zu anderen Studien (vgl. Klaus 2009, Prokop et al. 2009, Hajok/Selg 2012, Götz et al. 2013a). Der Grund mag darin liegen, dass bei vielen der quantitativen Erhebungen Positionierungen zur Jury gestützt erfolgen und die Relevanz daher anders, d. h. höher, erscheint. Möglicherweise spielt auch der Zeitpunkt der Erhebung eine Rolle: Die in dieser Arbeit konstatierten Nicht-Thematisierungen bzw. die Art der Positionierungen in Bezug auf die JurorInnen *in persona* lassen sich so interpretieren, dass sie kaum noch Neuigkeitswert – bspw. in Form intensiver Reize über starke Narrationen (vgl. Kapitel 5.2.1) – für die Mädchen besitzen. In Studien, die zu einem Zeitpunkt durchgeführt wurden, als die Sendung noch neu war, bot die Jury eventuell mehr reizvolle Themen für Anschlusskommunikation über Skandalisierungen, Normenverstöße o. ä.

Trotz der überwiegend unterhaltungsgeleiteten Aneignung und marginalen Bedeutung der JurorInnen und sonstigen Fachleute zeigen sich auch Konstellationen, bei denen die Mädchen diese vor dem Hintergrund der Orientierungssuche im konkurrenziellen Leistungsraum situieren und ihren Status als ExpertInnen affirmieren. Wie bereits ausgeführt fällt auf, dass diese Positionierungen häufig transformiert auf eine übergeordnete Ebene geschehen und die Jury und das Fachpersonal im Allgemeinen

aushandeln. Die Befunde verweisen darauf, dass die Jugendlichen die Jurymitglieder und sonstigen ExpertInnen in diesen Fällen entlang der Vorzugslesart vor allem in Bezügen zu den Kandidatinnen als Mentoren und Lehrer wahrnehmen. Solcherart Reproduktionen der »moralischen Legitimität der Jury« (Lünenborg et al. 2011: 167) stellen auch Lünenborg et al. (vgl. ebd.) in ihrer Studie fest. Die ExpertInnen und Kandidatinnen werden so im Sinne eines Lehr-Lernverhältnisses (vgl. Prokop/Stach 2012), das hierarchisch geprägt ist, gerahmt. Diese Verhältnisse werden in allen Gruppen positiv gedeutet: Die Jugendlichen sagen aus, dass die Kandidatinnen qua *Teilhabe* an der Sendung von der Arbeit mit den ExpertInnen lernen und profitieren. Die Mädchen verorten die Kandidatinnen anscheinend in einer professionellen Sphäre unter anerkanntem, qualifizierten Mentoring, wodurch sie Anleitung, Ressourcen und Potenzial für eine umfassende eigene Weiterentwicklung erlangen (können). Teilweise bildet sich in den Daten ab, dass die Jugendlichen dies in den Kontext einer Gesamtentwicklung der Kandidatinnen stellen, als würden diese im Lernprozess zu einer generellen Reifung ihrer Identität vorangebracht:

KB1: Aber auch so Auftreten. So, du denkst so wenn du, die die jetzt, wenn die so am Anfang in die Show einladen wird, würden die sich wie so Kinder verhalten. Und am Ende nicht mehr.

[...]

KB3: Und ich finde auch individueller oder?

[...]

KB4: Aber irgendwie, die haben alle so dann am Ende ihre eigene [...] Personalität (Zeile 514-528)

Die Befragten verwenden in diesem Kontext Beschreibungen wie »fürs Leben lernen«, »fördern«, »dass die jedem so n bisschen die Chance geben«. Der Lernprozess der Kandidatinnen im Sinne einer Einschreibung in den kompetitiven Leistungsraum und die Übernahme und Inkorporierung entsprechender Fähigkeiten scheinen ein spannungserzeugendes Moment für die Befragten darzustellen³⁴. Die (Weiter-)Entwicklung der Kandidatinnen verfolgen die Jugendlichen mit Interesse und Faszination:

K1: Und die Fotos wo man halt auch die Entwicklung sieht

T2: Ja das stimmt

K1: Zum Beispiel diese Rebecca die war ja jetzt in dieser Staffel, die war am Anfang ja eher so die Beste, so immer die Nummer Eins – aber jetzt so mit der Zeit – ahm wendet sich so n bisschen das Blatt, jetzt gehen die anderen so nach vorne zu ihr

(Zeile 141-146)

Übereinstimmender Tenor der Befragten ist, dass die Kandidatinnen durch die Teilnahme an der Sendung gefördert werden: Sie entfalten unter fachkundiger Anleitung ihr Potenzial und entwickeln ihre Stärken. Und mehr noch: Durch die ExpertInnen

34 Möglicherweise zeigt sich hier das Äquivalent zu dem in einigen Studien beschriebenen Interesse der ZuschauerInnen am Spielecharakter der Sendung, um so »mitzuraten und zu tippen, wer drin bleibt und wer rausfliegt« (Götz/Gather 2012: 92). Denn diesen Aspekt thematisieren die Befragten in dieser Arbeit sonst an keiner Stelle.

erfahren sie Unterstützung und Möglichkeiten, »sie selbst zu werden«, die eigene Persönlichkeit und Identität zu entdecken und zu verwirklichen. Das Lernverhältnis, in dem die Jugendlichen die Kandidatinnen situieren, ist für sie offensichtlich verbunden mit einem Mehr an Handlungsmacht durch die angeleitete Selbstfindung und Selbstverwirklichung. Im Rahmen dieser Aushandlungen rationalisieren und legitimieren die Befragten so gut wie alle Anforderungen, denen die Kandidatinnen genügen, und alle Ansprüche, die sie erfüllen müssen. Als Begründung rekurren die Mädchen nicht nur auf die Sachzwänge der Modelbranche (vgl. Stehling 2015), sondern auch auf den Nutzen, von dem die Kandidatinnen durch die Unterstützung der JurorInnen für ihre Identitätsentwicklung profitieren. Das von Prokop et al. (2009) in ihrer medienseitigen Untersuchung kritisch festgestellte hierarchische Verhältnis mit der Funktion, die Kandidatinnen zu modifizieren, wird von den Befragten dieser Arbeit kaum thematisiert. Eine mögliche Erklärung ist, dass für die Jugendlichen asymmetrische Machtbeziehungen insbesondere zwischen Lehrenden und Lernenden für den professionellen/öffentlichen Raum normalisiert sind.

Im Kontext der affirmierenden Positionierungen fallen Aussagen auf, mit denen die Mädchen rund um die Fachleute einen eigenen, autonomen Raum zu konstruieren scheinen, zu dem sie, die ZuschauerInnen im allgemeinen sowie die Kandidatinnen keinen Zugang haben. Dieser Raum umfasst für die Befragten offensichtlich das branchenspezifische »Know-how«, das sie in Referenz auf die öffentliche Meinung als Besonderheit der Modellszene annehmen. Als solches modelbranchenspezifische Wissen gelten für die Mädchen scheinbar charakteristische aussehensbezogene Anforderungen. Die Mädchen sagen in Bezug auf das Äußere von Models aus, dass es spezifische Normen und Ideale gäbe, die für ein »spezielles Modelaussehen« zentral wären. Diesen Idealen sprechen die Jugendlichen Maßstäbe zu, die vor allem Professionelle einschätzen können:

I: Was denkt ihr, nach was für Kriterien die Kandidatinnen ausgewählt werden?

[...]

LS2: Wer anders aussieht. Wer's unterschiedlich.

LS3: Ja wer interessant ist. [...] Und anders.

(Zeile 155-164)

L: [...] ich denk die Jury weiß am besten [...] wer am besten die Schönheit hat zum Beispiel

(Zeile 210-211)

Die Vorstellungen, die die Befragten von den Spezifika haben, fallen diffus und eher in allgemeiner, distanziert-abstrakter Form auf. Dabei verweisen sie auf die »professionelle Meinung« oder die »Ahnung«, die nur die Fachleute besitzen. In den meisten Gruppendiskussionen werden diese speziellen Ideale als fremdartig ausgehandelt. Für das Aussehen von Models gilt für den Großteil der Befragten offensichtlich, dass es Maßstäben und Anforderungen genügen muss, die wenig Bezüge zum eigenen Alltag und den eigenen Lebenswelten haben und daher nicht nachvollziehbar sind. Diese Meinung geht häufig mit distanziert-respektvollen oder kritischen Positionen einher. Vielfach fällt auf, dass die Befragten ihre Aussage verallgemeinern und/oder externa-

lisieren, indem sie sie stellvertretend für die Gruppe der ZuschauerInnen formulieren und/oder Man-Aussagen treffen.

R1: Und vor allem wenn ich mir so ne Modenschau angucke von der Fashion-Week oder so da denk ich mir, ok bei manchen Sachen – find ich cool aber bei manchen Sachen krass das soll total in sein oder so und – irgendwie richtig gut aussehen und nicht – ich mein ich hab jetzt nicht so viel Ahnung von Mode und wenn ich jetzt da entscheiden soll wer jetzt Germany's Next Topmodel wird – find ich auch nicht so gut wenn das jetzt Zuschauerbeteiligung – ich hab eigentlich echt gar keine Vorstellung von dem was da abgeht

(Zeile 167-172)

Ähnliche Verweise auf einen solchen Expertenbereich finden sich auch in Aussagen der Mädchen zum Umstyling, zum Können bzw. »Potenzial/Talent« der Kandidatinnen sowie auf die Frage, ob sich die ZuschauerInnen an der Entscheidung, welche der Kandidatinnen ausscheiden, beteiligen sollten. Insbesondere bei diesen Antworten ist auffällig, wie sehr sich die Positionen der Mädchen über alle Gruppen hinweg inhaltlich ähneln:

M3: [...] Ich fänd's nicht gut weil die ZUSCHAUER im Gegensatz zu den Juroren keine Ahnung haben wie das – wie das mit dem – also wie das so abläuft – und ob die wirklich Potential haben und alles

M1: Und außerdem nicht nur das, die Zuschauer bewerten ja immer nur diejenigen die sie am meisten mögen

(Zeile 81-85)

T3: Nee außerdem die wählen ja bewusst aus wer gehen muss, also der hat dann irgendwie ne Schwäche an irgendetwas und die Zuschauer würden ja nur nach Sympathie wählen und nicht so nach Leistung – und für die Gewinnerin ist es ja dann auch also wichtig dass sie – also auch ne gewisse Leistung erbringt wenn sie dann auch Verträge und so bekommen

(Zeile 263-266)

O5: Also nee ich fänd das glaub ich nicht gut wenn man da anrufen kann weil ich denke – ja von heute entscheidet man eher so von Außen, ja die hat dis und die nicht – aber die müssen schon was können

(Zeile 509-511)

Das Erkennen und Beurteilen modelspezifischer Ideale wird in diesem Kontext allein der Jury zugeordnet. Die Befragten deuten die Entscheidungen und Urteile als Expertise von Fachleuten und damit größtenteils als sachlich, fachlich-versiert, professionell. Auffällig aufgrund der Homogenität der Aussagen über alle Gruppen hinweg ist, dass die Befragten eine Divergenz konstruieren, in der sie sich selbst als Nicht-Expertinnen positionieren, die keinen Zugang haben zu den Werten und Idealen der Fachleute. Als Gruppe der Laien, so die entsprechenden Positionierungen, fehle ihnen die Fähigkeit, modelspezifische Fertigkeiten in Form des fachlichen Könnens sowie modelspezifisches Aussehen einzuschätzen. Als Legitimierung dieser Meinung betten die Mädchen den

ZuschauerInnen-Standpunkt und die eigenen Bewertung(skriteri)en häufig ein in eine persönlich-affektive Ebene. Auffallend ist, dass die Befragten in diesem Zusammenhang eine Hierarchie aufmachen, in der sie sich selbst/die ZuschauerInnen als Laien zu den qualifizierten ExpertInnen kontrastieren und unterordnen. Exemplarisch zeigt sich das bei der Frage, ob sich die ZuschauerInnen an der Ausscheidungsentscheidung beteiligen sollten. In ihren Aussagen sprechen die Befragten teilweise den ZuschauerInnen grundlegend ab, einen Nexus zum Modelbereich erreichen zu können. Dies geschieht häufig in Form einer Kontrastierung der Beurteilungskompetenzen der ZuschauerInnen in Bezug auf die KandidatInnen der – teilweise in der Formulierung der Frage als Beispiel für Telefonvoting genannten – Sendung *Deutschland Sucht den Superstar*:

K2: Ich mein DSDS mag ich eh nicht aber da verstehe ich's noch n bisschen weil da geht's ja um den Sänger der auch von den Leuten gekauft werden soll, also da geht's ja um was was auch an die breite Masse geht – aber Germany's Next Topmodel da – interessiert es ja eigentlich die Leute nicht, also ich meine das interessiert irgendwelche Leute die wirklich Ahnung davon haben – irgendwelche – Model – papis die dann irgendwie ((lacht)) ich mein, die die müssen, die haben eben Ahnung davon aber die breite Masse hat eigentlich nicht so Ahnung davon
(Zeile 249-254)

Z3: Aber das find ich was anders bei DSDS ich meine das sind ja Sänger – oder später die wir auch hören werden oder so – bei den, bei diesem Topmodell was da gewinnt dis hat, damit sind wir ja gar nicht verbunden sozusagen das muss ja einfach nur in die Modelwelt passen und wir sind jetzt ja nicht irgendwelche – ähm – wie heißt das –
Z2: Experten
Z3: Genau die sie
Z4: Richtig bewerten
Z3: Genau
(Zeile 299-306)

P3: ich wag das auch nicht zu beurteilen weil das sind ja meist wirklich Leute vom Fach, ist ja nicht so als würden die da irgendwelche – nehmen so wie bei DSDS zum Beispiel, also was da manchmal für Typen sitzen
(Zeile 391-393)

Im Zuge der Hierarchisierung schwingt häufig eine Abwertung der ZuschauerInnen-Meinung mit. Auf der manifesten Ebene wird diese Herabsetzung in einigen Gruppen dezidiert artikuliert, ebenfalls anhand von Vergleichen der Entscheidungsprozesse bei *Deutschland Sucht den Superstar* und *Germany's Next Topmodel*. Die Einschätzungen der ZuschauerInnen werden dabei als inkompetent gelesen. Die Befragten be-/verurteilen diese als nicht auf objektiv-sachlichen Kriterien basierend, sondern als von der affektiven Ebene herrührend. Dadurch, so der Konsens, seien die Entscheidungsprozesse der ZuschauerInnen anfällig für Manipulationen:

W2: Ja weil manche die gut sind die fliegen einfach raus – ich finde dass Adrian ist besser als Pietro – zum Beispiel und trotzdem ist Pietro irgendwie draußen äh drinnen und Adrian ist draußen ich find's voll blöd – so wär's auch bei Germany's Next Topmodel – die Guten wären glaub ich draußen und die so ne – die so schleimen ich glaub die bleiben drinnen

(Zeile 58-61)

L?: Also ich finde es auch manchmal recht ätzend wenn sie erstmal die Familienprobleme anzeigen, dann kommt das ja mmh, der könnt das doch machen also ruf ich mal für die an – das find ich eigentlich eher unfair – weil was weiß ich weil die Mutter im Rollstuhl sitzt oder so – das war doch auch – bei Supertalent auch dieser – dieser

L1: Also das ist meine Meinung ich weiß ja nicht, kann ja jedem anders sein aber ich denk mal – dass die Jury dafür ausgebildet ist und die weiß wie das ist und

(Zeile 216-221)

Bemerkenswert sind diese Ansichten insofern, als sie anscheinend losgekoppelt von der unterhaltungsgeleiteten Aneignung funktionieren. Würden die ausgeführten Orientierungsgeleiteten Positionierungen generalisierte Deutungsmuster der Jugendlichen darstellen, müsste sich das in den Aushandlungen zugespitzt gesagt in der Form äußern, dass die Jugendlichen sich keine eigene Meinung zum Aussehen und Können der Kandidatinnen erlauben. Der Widerspruch, dass sie – beim Großteil ihrer Aussagen – sehr wohl Beurteilungen und Meinungen zu den Kandidatinnen äußern, ist den Jugendlichen nicht bewusst. Auch diese Bewertungen wiederum setzen die Jugendlichen im Rahmen der entsprechenden Aushandlungen i. d. R. als (allgemein-)gültig, denken oder kennzeichnen ihre eigenen Standpunkte und Maßstäbe eben nicht als unqualifizierte ZuschauerInnen-Ansicht. Die Jugendlichen nehmen diese Unterschiedlichkeiten aber offensichtlich nicht (als konfligierend) wahr. Es kommt in keinem Fall zu einer Zusammenführung, Reflexion oder Infragestellung dieser unterschiedlichen Aushandlungen. Vermutlich werden hier zwei verschiedene Lesarten sichtbar: Einerseits reproduzieren die Jugendlichen die Vorzugslesart. Die Befunde deuten darauf hin, dass dieses Verhalten gehäuft auftritt, wenn z. B. bestimmte Fragen die dominante Lesart der Sendung »triggern« und diese die darauf folgenden Aushandlungen der Jugendlichen rahmt. Beispiele dafür sind die o. g. Fragen, etwa zur Entscheidungsfindung mit oder ohne ZuschauerInnen-Voting und zum Lernprozess der Kandidatinnen. Der Großteil der Aushandlungen dagegen verweist auf eine Aneignung, bei der die Jugendlichen quasi automatisiert eigene (unbewusste) Deutungsmuster heranziehen. Bei diesen Aushandlungen werden anscheinend nicht die oben ausgeführten Prozesse getriggert, bei denen sich die Jugendlichen aus der Divergenz zu den Experten heraus identifizieren. Sie positionieren sich vielmehr anhand eigener Maßstäbe, aus internalisierten Erfahrungsbezügen und Wissensordnungen der eigenen Lebenswelten heraus. Anhand der Positionierungen der Mädchen im Radius von Leistung und Können lassen sich die zwei Arten der Zuschreibungen exemplarisch nachzeichnen: Im Rahmen der Verortung in der Divergenz thematisieren die Jugendlichen das Vermögen der Kandidatinnen als modelspezifische Fertigkeiten, benannt bspw. als Potenzial, Können, Leistung. In dieser Logik sind Wissen und Praxis in ihrer Spezifik und Ab-

gekoppeltheit von den sonstigen Kontexten und Erfahrungsbezügen nur ExpertInnen zugänglich, bspw. in Form von Vermittlung, Bewertung oder Kenntnissen der Anforderungen. Im Rahmen ihrer sonstigen Aussagen besprechen die Mädchen Leistung i. d. R. in Form von konkurrenzziellen Eigenschaften, die sie meinungsstark beurteilen³⁵. Und: Diese Aushandlungen werden nicht als illegitim und unpassend empfunden. Die Herabsetzung der eigenen Meinung erfolgt nur in der Verortung dieser in der Differenz zur ExpertInnen-Meinung. Intensität, Unhinterfragtheit und Quantität der Beschäftigung mit den entsprechenden Bereichen der Sendung deuten darauf hin, dass diese von den Jugendlichen als virulente, authentische, nicht-fiktionale Informationen (vgl. Klaus/Lücke 2003) wahrgenommen werden, die Anleitung und Orientierung bieten. Auch die Deutung von starker Anschlussfähigkeit des Medientextes an gesellschaftliche Ideologien liegt nahe.

Solche scheinbar konfligierenden Aussagen werden bei weiteren Themen deutlich. Die Auswertung der Daten über die gesamten Aushandlungen hinweg macht sichtbar, dass auch diese Widersprüche »System« haben und in sich kohärent sind. So zeigen sich Widersprüchlichkeiten zwischen der ausgeführten Zuschreibung von Professionalität auf der einen Seite und Infragestellungen auf der anderen Seite (vgl. Kapitel 5.1.4). Eng damit im Zusammenhang steht die Divergenz zwischen dem Wunsch nach Unterhaltung einerseits und die Ablehnung von als erzwungen und unecht wahrgenommenen Inszenierungen andererseits. Mit Infragestellung und Ablehnung von Inhalten gehen i. d. R. Distanzierungsstrategien der Mädchen, Ironisierungen und Kritik des Medientextes einher. In der Auswertung zeigt sich Bemerkenswertes: Diejenigen Charakteristika und Inhalte der Sendung, die relevanter Anreiz für die Rezeption und zentraler Bestandteil der Faszination für die Mädchen sind, können auch Auslöser sein dafür, dass sich die Mädchen aus der Involviertheit lösen und kritische Lesarten entwickeln. Als Kennzeichen dieser auslösenden Szenen zeigt die Auswertung, dass sie formal die Inszeniertheit des Medientextes und inhaltlich die Fiktionalität sichtbar werden lassen:

- Z2: Und die dehnen sie dann so richtig lange aus, zeigen sie jedes Mädchen so
 Z1: Den Tränen nah
 Z2: Ja
 Z4: Ich, also mich nervt es immer dass Heidi Klum immer so – lange Pausen macht, so ja – und dann, dann spricht sie einfach nie sondern macht so Pausen
 Z1: So, die Entscheidung kommt in zehn Minuten so
 Z2: Oder ja was mich dieses Jahr auch stört ist dass sie ganz viel ganz oft wiederholen

35 Verstärkt wird diese Tendenz möglicherweise dadurch, dass auch im Rahmen des Medientextes selbst eine Vermischung beider Bereiche zu erkennen ist. Spezifische Fertigkeit und Leistungsbereitschaft bzw. -vermögen emulgieren in den Narrativen zum Können. Hier wäre eine interessante Forschungsfrage, inwieweit ZuschauerInnen Unterschiede sehen zwischen Model- und Musik-Castingshows. In dieser Arbeit scheint teilweise in den Aussagen zu *Deutschland Sucht den Superstar* durch, dass die Mädchen das Singen-Können weniger erreichbar durch Training und Anstrengung wahrnehmen als Kompetenzen aus dem Bereich Modeln. Vermutlich, da mit dem musikalischen Bereich Aspekte wie Kreativität und Talent verknüpft sind, die im Common Sense eher als »naturegeben« gelten und nicht erreichbar sind durch Anstrengung oder Leistung. (Zur diskursiven Differenzierung von biologisch Gegebenen und durch Praxen Erreichbaren vgl. auch Kapitel 5.1.3b und 5.2).

also wenn – sie zeigen am Anfang ne Szene dann kommt die dann auch, also wo's richtig passiert und dann tun sie sie noch drei mal wiederholen

Z3: In dann so Flashbacks

Z1: Und das ist auch so n bisschen so DSDS-Stil dass wenn irgendwie jemand was Schlimmes sagt dann wird das wieder tiefere Stimme und noch mal wiederholt in anderem Licht und auch, auch die Jury macht sich mehr über die anderen Leute lustig wenn irgendwie jemand – im Hintergrund wird dann irgendwie eingeblendet wie Heidi drüber lacht oder es nachmacht oder so und das war früher auch nicht so viel glaub ich

(Zeile 114-128)

Die Kritik bezieht sich dabei anscheinend weniger auf eine/n konkrete/n Verursacher/in. Vielmehr vermischen sich in den Ansichten der Mädchen offensichtlich die Sendung, die ProduzentInnen, Heidi Klum und die Jury als verantwortliche Instanzen, die die Inszeniertheit und damit »Unechtheit« (zu stark) sichtbar machen. Auffällig ist, dass die Mädchen bei einem Großteil dieser Positionierungen aussagen, die jeweiligen Szenen seien »(nur) für die Zuschauer gemacht«. Die Mädchen werten das offensichtlich in der Art, dass Unterhaltung erzwungen werden soll. Damit im Zusammenhang entsteht für sie die Deutung der Sendung als nicht-ernsthaft, unseriös und unprofessionell. Beispielhaft dafür stehen die folgenden Aussagen von Befragten aus der Reinickendorfer Gruppe, in der an anderer Stelle (s. o.) respektvoll der Lerneffekt der Sendung und das professionelle Lehrverhältnis besprochen wird:

R2: Ja dis ist immer spannend zu sehen und – ich denke das hilft denen auch aber ich glaube das ist auch viel so gemacht für die Zuschauer weil wenn die da – nur die eine Sache machen würden dann wär's ja irgendwann auch langweilig und das muss ja immer irgendwie, irgendwas dabei sein, irgendne Challenge die bisschen dramatisch ist und wo irgendeine sicher rumheult und wo irgendwas passiert damit damit man das halt guckt

R4: Wie mit den Spinnen und so, wenn die Spinnen hier drauf haben oder sowas

R1: Nee ist das nicht immer so dass die immer noch, also die die gewinnt die kriegt dafür immer irgendeinen Preis oder so – und dann darf sie sich doch immer noch eine aussuchen – aber das ist doch auch voll die Ankurbelung von – ((imitiert)) ja sie hat jetzt die ausgesucht und mich nicht und eigentlich waren wir doch beste Freundinnen (Zeile 260-269)

Dieses Phänomen zieht sich auffällig durch alle Gruppendiskussionen. Deutlich sichtbar wird es auch bei Aushandlungen zur Jury, wie die folgenden Aussagen einer Pan-kower Befragten exemplarisch zeigen:

P2: Naja, ich find man könnte das manchmal n bisschen behutsamer machen also weil die, wie ich ja vorhin schon gesagt habe, die wollen die ja manchmal einfach nur zum Heulen bringen, so dass man dann so als Zuschauer nur so da sitzt, oh Gott oh Gott was machen die jetzt – und wird sie das durchstehen und was auch immer – und deswegen glaub ich könnte man das wenn's jetzt nicht ne Show wär und wenn's nicht der Unterhaltung dienen würde, würden die's glaub ich auch anders machen, das machen

die glaub ich größtenteils auch für die Zuschauer
(Zeile 397-402)

Gegensätzliche Aushandlungen lassen sich auch anhand der häufig auftretenden Thematisierungen der »Fehlentscheidungen« der Jury nachzeichnen. Dabei kritisieren die Mädchen die JurorInnen bzw. die Sendung, da »schlechte Kandidatinnen« nicht ausscheiden müssten aufgrund ihres »Unterhaltungsfaktors«. Andererseits handeln die Befragten Szenen bzw. Narrative mit diesen Kandidatinnen unterhaltungsgeleitet mit Vergnügen aus, geben teilweise sogar an, dass dies zentrales Motiv sei für die Rezeption der Sendung. Im Rahmen dieser Positionierungen kommt es zu keiner Kritik oder Reflexion des Unterhaltungsfaktors und/oder dazu, dass dieser als Basis dient für die Entscheidung über Sieg oder Niederlage.

Auch Aushandlungen zu *America's Next Topmodel*, die in einigen Gruppendiskussionen ungestützt zur Sprache kommen, lassen sich in diesem Kontext deuten. Denn dabei fällt auf, dass der Tenor in allen Gruppen ist, das amerikanische Format sei besser als das deutsche³⁶:

PB1: Naja es gibt in jedem Land so was wie Topmodel also – ich guck auch America's Next Topmodel mit Tyra Banks [...] Ähm ich glaub ich hab das auf MTV oder Viva geguckt – aber das gibt's jetzt ja nicht mehr wirklich ((lacht)) ja, das hab ich auch immer gern geguckt

I: Inwiefern unterscheidet sich das von Germany's Next Topmodel?

PB1: Naja also das ist irgendwie n bisschen kleiner – also das kommt mir nicht so – so
PB5: Populär?

PB1: Ja genau populär vor, das ist halt irgendwie im kleineren Kreis es geht auch immer irgendwie los mit nur so – weiß nicht, mit 12 Mädchen oder so und die müssen dann halt auch so was machen, so Aufgaben aber irgendwie ist das ist nicht so gehyped, also das ist irgendwie bisschen ernsthafter

(Zeile 22-33)

Inhaltlich ähnlich argumentiert ein Mädchen der Reinickendorfer Gruppe:

R1: Es gibt immer noch das amerik, also das ist ja eigentlich aus Amerika aber habt Ihr das schon mal geguckt? Ich find da ist es im Gegenteil, da ist es eigentlich so dass die – dass die irgendwie gar nicht so – da hab ich nicht das Gefühl dass da da so

R4: Dass da so viel passiert?

R1: So viel Zickenkrieg und so ist, da ist hab ich manchmal so, da ist mehr dass die so Fotoshootings haben und irgendwie die kommen auch nicht immer in irgendwelche speziellen Häuser und reisen auch nicht immer in der Welt rum und so, ich glaub dass Germany's Next Topmodel noch mal bisschen mehr so auf den Zuschauer zugeschnit-

36 In zwei Gruppen wird im Kontext dieser Aushandlungen auch die stärkere Diversität der Kandidatinnen bei *America's Next Topmodel* positiv hervorgehoben. Das Thema »race« bzw. ethnische Herkunft der Kandidatinnen wird ansonsten in keiner der Gruppendiskussion angesprochen. In einer der Vergleichsgruppen mit Grundschülerinnen fallen rassistische Äußerungen gegenüber einer der nicht-weißen Kandidatinnen.

ten ist also dass es einfach interessant ist
(Zeile 314-322)

Als Begründung wird von den Befragten übereinstimmend ausgedrückt, dass *America's Next Topmodel* seriöser mit der Modelsuche umgehen würde. Eine Rolle spielt in diesem Kontext sicherlich auch der bereits ausgeführte Anspruch der Mädchen an Authentizität, Nicht-Fiktionalität und Information des Formats (vgl. Klaus/Lücke 2003). Obwohl also die Befragten an vielen Stellen der Gruppendiskussionen reflektieren und verbalisieren, dass sie *Germany's Next Topmodel* auf der Unterhaltungsebene lustvoll aneignen, empfinden sie die Inszenierungsstrategien des Reality TV in anderen Kontexten als unangemessen. Ein Lern-/Lehrverhältnis erfordert diesem Verständnis zufolge »Ernsthaftigkeit«, um professionell zu sein (bzw. so zu wirken). Die Themen, die die Mädchen in diesem Kontext orientierungssuchegeleitet aushandeln, stoßen augenscheinlich auf deutliches Interesse bei den Jugendlichen. Intensität, Selbstläufigkeit und Homogenität der Meinungen deuten darauf hin, dass relevante Identitätsthemen berührt werden. (Sichtbar dafür steht die Aussage »das hält einen so krass auf«, s. u., die auf Aneignungsprozesse im Kontext eigener Erfahrungsbezüge verweist.) Daher halten die Zuschauerinnen einen ernsthaften Umgang der Sendung mit dem Leistungslernen für angemessen – dieser Bereich hat für sie eine ernstzunehmende, gewichtige Bedeutung und erfordert daher eine entsprechende Situierung. Das umfasst eine Auseinandersetzung, die die Mädchen als ernsthaft und realistisch wahrnehmen, um ihren Ansprüchen nach Orientierung im Feld von Leistung, (Selbst)Entwicklung, Wettkampf und Entfaltung der eigenen Kompetenzen zu genügen. Unterhaltungsbezogene Inszenierungen werden derart geframed von den Mädchen als unangemessen wahrgenommen:

P1: Na also, ich hab das Gefühl die haben sie [Marie-Luise, Anm. d. Verf.] wirklich nur drin gelassen weil das zur Unterhaltung gedient hat, wenn die da ihre Bewegungen abgezogen hat am Entscheidungstag und nicht weil sie wirklich zu den zehn Besten oder so gehört. Naja, ich weiß nicht, und das hält einen so krass auf und dann will man das auch nicht mehr wirklich gucken. – Das ist einfach so unecht.
(Zeile 178-181)

Diese Art der Wahrnehmung steht offensichtlich im Zusammenhang mit Distanzierung vom Gesehenen und Genrekompetenz im Sinne von Wissen um die Inszeniertheit. Ein auffälliger Gegensatz wird hier erkennbar im Vergleich mit denjenigen Distanzierungen, die eher auf der Unterhaltungsebene verortet sind (vgl. Kapitel 5.1.2): Im unterhaltungsorientierten Modus führt die Durchschau- und Vorhersagbarkeit des Medientextes dazu, dass die Jugendlichen spaßbesetzt und von angenehmen Gefühlen begleitet »auf Kosten« der Kandidatinnen Häme, Schadenfreude und Überlegenheit empfinden. Hier zeigen die Befunde wieder, wie nuanciert die Jugendlichen die Medientexte dekodieren und wie sensibel sie für Inhalte und/oder Inszenierungsstrategien sind. Die Mädchen changieren in ihrer Aneignung, der Grat zwischen Unterhaltungs- und Informationssuche ist schmal: Einerseits wird der Wunsch deutlich, unterhalten zu werden und Medieninhalte entsprechend anzueignen, auf der anderen Seite nehmen die Heranwachsenden schnell eine Inadäquatheit wahr bei Bildern und Narrativen, die den Leistungsbereich »unangemessen« inszenieren:

G2: Ich find dass die immer rumzicken, also das ist irgendwie immer so in den Mittelpunkt gestellt – das nervt find ich irgendwie – ja hier ist da n Konflikt und da n Konflikt aber es geht doch eigentlich gar nicht darum, die hat n schöneres Kleid ((Mehrere Befragte lachen)) das ist wie im Kindergarten – ich mag das wenn die geschminkt werden und n cooles Kostüm haben und dann mag ich das denen zuzugucken wie sie dann posen oder wie sie dann mit der Kamera spielen aber wenn dann so Szenen kommen, wo die sich streiten oder – dort Rumgezicke ist – find ich das einfach nur
(Zeile 67-72)

Die Lesarten der Zuschauerinnen verlaufen entgegen vieler kulturpessimistischer Szenarien in Wissenschaft und Medienberichterstattung also nicht zwangsläufig stringent entlang der nahegelegten Aneignungsmuster. Aus der Auswertung geht hervor, dass die Jugendlichen immer wieder ausgehandelte oder gar oppositionelle Lesarten zeigen und den Medientext genrekompetent durchaus kritisch und/oder sogar eigensinnig reflektieren. Auffallend ist freilich wie bereits ausgeführt, dass die Befragten die Widersprüchlichkeiten ihrer Einschätzungen nicht bewusst reflektieren oder problematisieren und auch die kritischen Perspektiven kaum systematisch transferieren auf andere Bereiche und sie nicht zu einer grundlegenden Infragestellung ausweiten (vgl. Kapitel 5.1.4)³⁷. Auch weisen die Befunde darauf hin, dass beim Großteil der Aushandlungen die Vorzugslesart affirmiert wird und die Mädchen sich in konkurrenzuelle Leistungsimperative, die eigene Erfahrungsbezüge reproduzieren, einschreiben. Solche Deutungen eines Lernverhältnisses unter Betreuung einer Expertenschaft, die die Teilnehmerinnen mit ihrer Expertise unterstützt, ihr Potenzial zu entfalten, lassen sich besonders deutlich nachzeichnen bei Positionierungen zum Umstyling. Übereinstimmend interpretieren die Jugendlichen diese Szenen bzw. Narrative positiv, im Sinne einer Chance für die Kandidatinnen, sich weiterzuentwickeln. Dies gilt auf der einen Seite für aussehensbezogene Anpassungen: Die Kandidatinnen – so die Aussagen der Befragten – erhalten unter Anweisung von ExpertInnen Modifikationen, die den Ansprüchen des Modelbereichs angepasst und damit besser gerecht werden. Geltung hat diese Deutung, so der Konsens der Jugendlichen, darüber hinaus auch für die Leistungsebene: Indem sich die Kandidatinnen der Entscheidung der Jury unterwerfen, zeigen sie sich flexibel und ihren Willen zum Erfolg. Durch die Unterwerfung erkennen die Kandidatinnen außerdem an, dies ist der Tenor der Aussagen der Mädchen, dass die Seriosität und Fachkenntnis der ExpertInnen eine Chance für sie darstellt, »das Beste aus sich« zu machen bzw. machen zu lassen. Exemplarisch für diese Einstellung steht die Aussage eines Mädchens aus der Kreuzberger Gruppe auf die Frage, wie sie das Umstyling findet:

KB2: Ich find's gut, weil man so weiß, dass die's nur für die machen
(Zeile 374)

Die Jugendlichen zeigen die Erwartungshaltung, dass sich Kandidatinnen an die Anforderungen des Umstylings anpassen. Entsprechend herrscht i. d. R. Unverständnis für

37 Möglicherweise spielt dabei das Alter der Befragten eine Rolle. In ihrer Untersuchung der Aneignungsprozesse von *Germany's Next Topmodel* von Studentinnen konstatiert Stehling (2015) durchaus einige kritische Perspektiven, die sich als strukturelle Infragestellungen deuten lassen.

diejenigen Kandidatinnen, die nicht bereit sind, die erwarteten Änderungen durchführen zu lassen. Die Aussage einer Befragten der Weddinger Gruppe auf die Frage, was ihr gefällt an der Sendung, ist in diesem Sinne als exemplarisch für diese Einstellungen zu verstehen:

W1: Ja wenn man weiter kommen will dann muss man auch äh – zulassen zum Beispiel mit den Haaren oder dem Outfit oder Umstyling – und nicht so rumheulen
(Zeile 90-91)

Darüber hinaus legitimieren die Jugendlichen die Unterwerfung unter die Maßgaben der ExpertInnen häufig als Vorbereitung auf die Bedingungen und Zwänge der Modelbranche. Diese sei durch die Anpassung der Models an die Erwartungen anderer geprägt und erfordere dementsprechend Flexibilität:

M3: Aber dass sooo n – aber als Modell müssen sie sich doch drauf vorbereiten
[...]

M1: Dass ist ja bei denen auch so die Arbeit, die wollen ja auch dass sie zum Beispiel kurze braune Haare hat oder so sie kann ja nicht dahin gehen wenn sie zum Beispiel lange blonde hat
[...]

M3: Das gleiche gilt für Schauspieler wenn die eine Rolle spielen müssen sie sich in eine Rolle versetzen in die sie keine Ahnung, ne Glatze schneiden lassen
(Zeile 144-153)

Ebenso häufig verweisen die Mädchen – in vermutlich legitimierender Absicht – auf die freiwillige Teilnahme der Kandidatinnen an der Sendung sowie deren Kenntnisse der Anforderungen, sowohl der Modelbranche im Allgemeinen als auch der Sendung im speziellen. Mit der Bewerbung und Teilnahme einher geht für die Befragten offensichtlich die Anerkennung dieser Anforderungen und damit die Verpflichtung, diesen zu entsprechen. Es gehört zum Konsens in fast allen Gruppendiskussionen dieser Arbeit, dass die Kandidatinnen das Umstyling als »Initiationsritus« (Lippl/Wohler 2011: 251) aus anderen Staffeln bereits kennen und daher wissen, was sie erwartet. Durch ihre Bewerbung und Teilnahme an der Sendung, so die logische Konsequenz für die Mädchen, haben die Kandidatinnen also quasi eingewilligt, ihr Aussehen ändern zu lassen. Diese Positionierungen sind auffallend durch ihre Homogenität in allen Gruppen. Exemplarisch zeigt sich dies in den folgenden inhaltlich fast identischen Aussagen der Reinickendorfer (2011) und der Kreuzberger (2017) Gruppe:

R1: Ja eben ich versteh auch nicht, hat Heidi ja auch gesagt dieses Drama, ich mein die kommen dahin und jeder der dahin geht hat doch mindestens eine Staffel schon mal geguckt und weiß dass die IMMER umgestylt werden und wenn ich dahin gehe dann nehm ich das doch auch in Kauf weiß auch ok – ich meine – Fokuhila oder so ist halt nicht mehr in und wenn ich dahin geh weiß ich dass die mich halt irgendwie umstylen werden weil's dann halt irgendwie nicht mehr passt oder keine Ahnung – dann heul ich doch auch nicht mehr rum
(Zeile 228-233)

KB4: Oder Alter oder Umstyling. Ja

KB3: Die wissen doch, dass es passiert. Oder?

KB4: Jedes Mal jedes Mal denk' ich mir das

KB3: Die eine geht einfach nach Hause

KB2: Dann sollen sie's richtig annehmen

[...]

KB2: Aber dann frage ich mich auch, die Leute die dahin gehen und dann im Umstyling ausscheiden [...] Warum bist du gekomm, gekommen so?

(Zeile 166-179)

Generell verweisen die Befunde darauf, dass die Jugendlichen deutliche Abwertungen der unangepassten, im Sinne von scheiternden oder sich verweigernden, Kandidatinnen aktualisieren (vgl. auch Kapitel 5.1.2). Die Auswertung zeigt dabei eine besondere Art des Amüsements »auf Kosten« der Kandidatinnen: Die Befragten zeigen deutliche Schadenfreude in Bezug auf diejenigen Kandidatinnen, die an Leistungsanforderungen scheitern. Legitimiert wird diese Häme, wie auch in den Aushandlungen zum Umstyling, durch Verweise auf die Vorhersagbarkeit der Anforderungen sowie die Freiwilligkeit der Teilnahme. Auch hier scheint für die Mädchen die Verpflichtung zur Leistungserbringung eine logische Folge. Zudem deuten die Aushandlungen die Erwartungshaltung der Jugendlichen an, dass die Kandidatinnen ihre Fähigkeiten vor der Bewerbung für die Sendung abschätzen und als ausreichend empfinden für deren Anforderungen. Wenn die Kandidatinnen also scheitern oder sich verweigern, werten die Befragten das als Indikator für Selbstüberschätzung, Arroganz, Überheblichkeit – dezidiert negative Eigenschaften. In diesen Kontext lassen sich auch die – ungestützt auftretenden – Aussagen einordnen, mit denen die Mädchen zu erkennen geben, dass für sie »ins Fernsehen wollen« und/oder »im Fernsehen sein« deutlich negativ bewertet ist. Exemplarisch dafür steht die Ansicht eines Mädchens aus der Friedenauer Gruppe, die auf die Frage, was sie an der Sendung nicht mag, aussagt:

F1: die ganzen Mädchen die denken sie wären was Besseres weil sie irgendwie im Fernsehen sind

(Zeile 151-152)

Auch die im Kapitel zu eigenen Schönheitspraxen ausgeführten negativen Thematisierungen von Schönheitsoperationen zu ästhetisierend-normalisierenden Zwecken, die Kritik daran, »Trends hinterherzulaufen«, oder der gruppenübergreifende Konsens, dass Schönheitspraxen für sich selbst stattfinden müssen und nicht von anderen adaptiert sein dürfen (vgl. Kapitel 5.2.1b), scheinen auf denselben Bedeutungshorizont zu referenzieren: Hier wird eine Ideologie sichtbar, die beinhaltet, dass das Streben nach Anerkennung äußerst negativ besetzt auf eine intendierte Ausrichtung an äußerlichen Maßstäben verweist – die aber um keinen Preis sichtbar werden darf. Leistung muss selbsterbracht und an eigenen Maßstäben orientiert erscheinen, als Subjektivierungsprozess für sich selbst, ausgerichtet an der eigenen Persönlichkeit, da sie nur so eine Art Selbsthervorbringung, Selbstentfaltung darstellt. Die Ausrichtung an den Maßstäben anderer, die Orientierung der Leistung an der Anerkennung von außen, ist in dieser

Ideologie als oberflächlich verurteilt. Denn das Verlangen nach der Bestätigung anderer ist dann Beleg mangelnden Selbstwertes und von Unsicherheit.

Die Erklärung liegt nahe, dass hier entlang der Vorzugslesart argumentiert wird und/oder die Mädchen sich in gesellschaftliche Anrufungen der Leistungsebene einschreiben. In diesem Zusammenhang lassen sich die Positionierungen der Jugendlichen exemplarisch dafür lesen, dass sie die Kandidatinnen vor allem über bestimmte Eigenschaften aus dem neoliberal-konkurrenziellen Spektrum der »Anforderungen der Leistungsgesellschaft« (Wegener 2008: 347) aushandeln³⁸. Auch die Antworten der Mädchen auf die Frage nach Lieblingskandidatinnen bzw. Kandidatinnen, die sie nicht mögen, verweisen auf den Befund, dass die Rahmung der orientierungssuchebezogenen Aneignungsprozesse zentral neoliberale Anforderungen kompetitiver, leistungsorientierter Selbstdisziplinierung im öffentlich-professionellen Raum darstellen. Beispielhaft dafür stehen die folgenden Aussagen, die in ihrer Vielfältigkeit dennoch auf denselben Wertekanon verweisen:

P1: Ich mochte – Isabel. Die ist aber auch vor, ich weiß nicht, drei Folgen oder so rausgefliegen. Keine Ahnung, sie ist wahrscheinlich rausgefliegen weil sie nicht grade präsent war also, keine Ahnung bei der war nie was von wegen Zickenkrieg und so und die war eher so, na ja n liebes Mädchen oder so und das find ich eigentlich dann sympathischer als wenn die sich alle dann die ganze Zeit anfeinden und so
(Zeile 226-230)

G3: Amelie – die ist noch n bisschen natürlicher, sonst die eine – Dunkelhäutige, wie heißt die, nicht diese

G5: Die die immer rumbeckert da

G2: Die immer nen Kommentar hat

G3: Nicht Rebecca

I: Anna-Lena

G3: Anna-Lena, die ist, die find ich n bisschen anstrengend, sonst diese Sarah und so, die find ich alle so

G1: Es gibt auch so n Mädchen, das heult immer rum, bei der geht es immer darum dass sie halt krank ist und so

(Zeile 149-158)

W2: Ich find die Chinesin – blöd [...] sie ist immer so zurückhaltend und ändert jede Woche nichts aber sie ist immer irgendwie weiter – das nervt mich voll an

(Zeile 42-46)

KH2: Weil die mir halt ähm sympathischer rüber kam. Sie war wirklich sehr nett zu den anderen Models. Ähm die waren auch immer wirklich dabei. Die haben auch alles mitgemacht und ja

(Zeile 226-227)

38 Hier zeigt sich eine Schnittstelle zu der unterhaltungsorientierten Aneignung der Kandidatinnen in Form der Aushandlungen von Verhaltensweisen und Eigenschaften.

KB1: Ich mag Brenda nicht. Die ist voll eingebildet finde ich

[...]

KB4: Ich fand, ich, ganz am Anfang fand ich diese eine cool die irgendwie in Hamburg mit ihrem Freund wohnt [...] Aber dann hat sie so einmal eine eine Folge so rumgezickt.

Also da, ne

(Zeile 429-439)

Hier wird sichtbar, dass die Jugendlichen die Kandidatinnen aushandeln über die Wahrnehmung deren Verhaltens und darauf basierender Zuschreibung bestimmter Eigenschaften (natürlich, sympathisch, anstrengend, künstlich, fröhlich) sowie auf der emotionalen Ebene in Form von auf diesen Lesarten basierenden Einstellungen den Kandidatinnen gegenüber. Die Wahrnehmungen der Eigenschaften sind so gut wie nie neutral, sondern enthalten starke Wertungen, die die Einschätzungen und Gefühle der Mädchen den Kandidatinnen gegenüber bestimmten. Diese bewegen sich i. d. R. zwischen den Polen ablehnend-kritisch denjenigen Kandidatinnen gegenüber, die unerwünschte, negativ konnotierte Eigenschaften bzw. Verhaltensweisen zeigen, und affirmierend den Kandidatinnen gegenüber, deren Charaktere mit positiv assoziierten Verhaltensweisen gelesen werden. Letzteres geht so gut wie immer mit Sympathie der Jugendlichen für die Kandidatinnen einher. Diese Zuschreibungen und die daran gekoppelten Gefühle stellen sich über alle Gruppendiskussionen hinweg äußerst homogen und persistent dar. Kritische Anmerkungen oder Infragestellungen dieser Lesarten kommen so gut wie gar nicht vor. Dies deutet auf Korrespondenzen mit Normalisierungen bzw. Ideologien aus den eigenen Lebenswelten in Kombination mit einer starken und eindeutigen dominanten Lesart der Sendung hin.

Auch bei diesen Positionierungen wird die bereits ausgeführte Tendenz sichtbar, dass nur bestimmte Kandidatinnen, und zwar eine vergleichsweise geringe Anzahl, thematisiert werden (vgl. Kapitel 5.1.2). Ein großer Teil der Teilnehmerinnen dagegen scheint für die jugendlichen Mädchen keine so starken Reize zu bieten, dass sie darüber Relevanz im Bedeutungshorizont erlangen und in der (Folge-)Kommunikation aktualisiert würden. Diejenigen Kandidatinnen, die thematisiert werden, erweisen sich in den Aushandlungen markiert durch Eindeutigkeit in der Beurteilung und starke Stimuli in der Inszenierung, i. d. R. hergestellt über spezifische profilierte Narrative. Wie ausgeführt deutet vieles darauf hin, dass die Kandidatinnen häufig in Form von Stereotypen angeeignet werden. Dabei stellen vor allem Stereotype, die durch Eindeutigkeit und spezifische Narrative gekennzeichnet sind, einen so starken Stimulus dar, dass sie für die Zuschauerinnen relevant sind und kognitiv und emotional Bedeutung erlangen. Dies ruft bei den jugendlichen Mädchen anscheinend eine starke Meinung – entweder positiv oder negativ – hervor. Positionierungen, die in einem der Aspekte auf Ambivalenzen hinweisen, kommen dagegen kaum vor. Die Befunde deuten darauf hin, dass diese Stereotype in jeder Staffel – mit geringfügigen Abweichungen – immer wiederkehrend wahrgenommen werden. Die Ergebnisse der medienbezogenen Forschungen zu *Germany's Next Topmodel* (vgl. Prokop et al. 2009, Klaus 2014, Drüeke 2015) lassen eine Analogie der dominanten Lesart der Sendung und der Aneignung vermuten. Allerdings erklären sich durch den Medientext allein sicherlich nicht die Übereinstimmun-

gen und die Deutlichkeit und Vehemenz der Meinungen der Befragten. Die Thematisierungen der Jugendlichen lassen sich vielmehr im Zusammenhang mit den Verhandlungen der eigenen Lebenswelten und vor der Folie der Gegenwartsgesellschaft derart verstehen, dass die zugeschriebenen Stereotypen quasi prototypische Verkörperungen zeitgenössischer Programmatiken darstellen³⁹. Beispiele hierfür sind »die Nette«, »die Zicke«, »die Natürliche«, »die Drama-Queen«, »die Leistungsorientierte«, »die Leistungsschwache«, »die Sensible«, »die Zurückhaltende«. Besonders deutlich zeigt sich diese Tendenz anhand der Kandidatin Rebecca aus der sechsten Staffel *Germany's Next Topmodel*. In den Gruppendiskussionen 2011 ist sie diejenige Kandidatin, die am häufigsten verhandelt wird. Die Befragten äußern sich dabei auffällig übereinstimmend und ausführlich. Unter Berücksichtigung des Medientextes als Referenzpunkt scheint durch, dass die Befragten mit ihren Positionierungen relativ exakt der dominanten Lesart von *Germany's Next Topmodel* zur Kandidatin folgen. Verhandelt wird offensichtlich »die Leistungsorientierte« als ein Prototyp neoliberal-konkurrenzialer Anrufungen⁴⁰. Bezeichnend zeigt sich dies in den folgenden inhaltlich fast identischen Aussagen zur Kandidatin:

W1: Na sie [Rebecca] heult nicht rum wie die anderen sie lässt sich alles gefallen also sie nimmt Kritiken an und sie ist halt einfach besser als die anderen, sie kann alles sie kann Spagat, sie kann tanzen – sie kann alles
(Zeile 17-19)

M1: [...] sie [Rebecca] sticht am meisten heraus

M2: Sie tut auch was man erwartet und sie ist nicht so wie die anderen und macht nicht die ganze Zeit so Show und heult herum oder sagt nein das gefällt mir nicht das mache ich nicht

M3: Sie ist ehrlich

(Zeile 49-52)

K3: Ich mag Rebecca weil sie irgendwie – also sie wurde immer runter, also hinter ihrem Rücken immer geredet vorher [...] Aber sie hat nie zurück gefaucht oder so und, sie hat gesagt ja lass sie einfach reden und das ist immer noch so und ähm

K1: Und sie kämpft ja eigentlich auch eigentlich für sich

(Zeile 166-171)

39 Ethnische oder klassenabhängige Stereotype aus der Sendung spielen eher eine singuläre bzw. nebensächliche Rolle in den Aushandlungen der Befragten in dieser Arbeit, jedenfalls sind Nennungen im Hinblick darauf selten. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt Stehling (2015) in Bezug auf die deutschen Zuschauerinnen, die sie zu *Germany's Next Topmodel* befragt. Für die US-amerikanischen Zuschauerinnen dagegen ist laut Stehling das Thema »race« durchaus relevant. Die Autorin erklärt diese unterschiedliche Aneignung aus dem Medientext heraus, da *Germany's Next Topmodel* eine »implizite ›Whiteness« (ebd.: 239) inszenieren würde.

40 Analog etwa zum filmwissenschaftlichen Ansatz Patals' (1963), der bestimmte Stereotype in Filmrollen bzw. Starimages sozialgeschichtlich analysiert: »In den wechselnden Stars und Startypen haben wir die Manifestationen der kollektiven Hoffnungen, Wünsche und Befürchtungen. Als Reflex gehören sie zur Geschichte des Jahrhunderts.« (Ebd.: 15)

L1: Also ich denk mal Rebecca, also ich habe ja zum Beispiel diese Dritte da gesehen und die ist da einfach – gelaufen ohne Zickentheater zu machen ((unverständlich)) ohne irgendwas – zu sagen, bitte, sie ist einfach durch gelaufen, und zurück und fertig (Zeile 61-65)

Die Befragten heben jeweils ähnliches Verhalten bzw. ähnliche Eigenschaften hervor. Dies deutet darauf hin, dass die jugendlichen Mädchen in Resonanz gehen. Anscheinend werden relevante Orientierungsmuster aus eigenen Erfahrungen und Erlebnissen berührt. Demnach zeigen sich hier Korrespondenzen zwischen den Anrufungen des Medientextes, der Aneignung und der Vergesellschaftung in den eigenen Lebenswelten im Kontext von Subjektivierung und Selbstführung. Relevante Eigenschaften, die in diesen Aussagen und den o. g. Ausführungen der Jugendlichen zu den Kandidatinnen sichtbar werden, verweisen auf neoliberale Werte der kapitalistischen Leistungsethik (vgl. Kapitel 2, Foucault 2006). Beispiele sind Selbstkontrolle, Diszipliniertheit, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an Situationen und Erwartungen anderer. Ebenfalls positiv thematisiert in Bezug auf die Kandidatinnen werden die Eigenschaften, authentisch und ehrlich sein, sich nicht verbiegen und Nein sagen können, Erwartungen erfüllen, sich Herausforderungen stellen. Zustimmend bewerten die Befragten außerdem, wenn Kandidatinnen sich positiv abheben von anderen und selbstbewusst, dabei aber nicht überheblich sind, sondern kritikfähig; wenn Kandidatinnen nicht schüchtern und zurückhaltend sind, aber sich dennoch nicht in den Vordergrund drängen; sie sollten ihre Meinung sagen, aber nicht jammern oder sich beschweren. Positiv bewertet werden außerdem Aktivität, Aufgeschlossenheit, Beharrlichkeit, Bescheidenheit, Disziplin, Ehrlichkeit, Fleiß, Fairness, Flexibilität, Optimismus, Respekt, Spaß, Selbstbewusstsein, Verantwortungsbewusstsein, Zielstrebigkeit, Zuverlässigkeit. Negativ wahrgenommen werden Faulheit, Dummheit, Ängstlichkeit, Inkompetenz, Pessimismus, Passivität, Rücksichtslosigkeit, Schwäche, Überheblichkeit, Unentschlossenheit, Unsicherheit, Unzuverlässigkeit. Verhandelt wird dies über Verhaltensweisen bzw. Eigenschaften wie Jammern, Schüchtern-sein, Sich-gehen-lassen, keine Anstrengung zeigen, Undiszipliniert-sein, künstliches/unechtes Verhalten zeigen, Auseinandersetzungen suchen, Anweisungen nicht befolgen. Übergreifend zeigt sich in dieser Zusammenstellung von verhandelten Eigenschaften: Die Anforderungen und Erwartungen an die Kandidatinnen bezüglich dessen, was als angemessen und akzeptiert wahrgenommen wird, erweisen sich als äußerst eng gesteckt. Verhandelt werden Wertepole, die die Mädchen über die Eigenschaften und Verhaltensweisen vermittelt diskutieren, Binaritäten normativen Verhaltens, ganz im Sinne von *fitting in and sticking out*. Zu den wichtigsten gehören:

- selbstbewusst sein, aber nicht anmaßend/überheblich
- anpassungsfähig sein, aber nicht fremdbestimmt
- authentisch sein, aber nicht (zu) emotional
- sich an Anforderungen anpassen, aber auch Grenzen ziehen
- sozialen Umgang zeigen, aber dennoch konkurrenzziell handeln
- feminin sein, aber nicht trivial/vulgär

Exemplarisch fassen die folgenden Aussagen der Moabiter Gruppe diese Ansichten zusammen:

M1: Ich glaube die meisten haben einfach so Aufmerksamkeit, so ein Aufmerksamkeitssyndrom also ich glaub zwar Rebecca und so nicht aber halt ich glaube die meisten sind eher so dass die denken ((imitiert)) ich will unbedingt ins Fernsehen und öhöö und

M4: Die da rumheulen sind da um sich zu zeigen – die anderen meinen's wirklich ernst – Models werden wollen

M1: Genau, genau – denk ich auch so

M3: Bei Rebecca sieht man ja dass sie das unbedingt will

M1: Genau, genau

M? ((imitiert)): Wer es wirklich ernst meint will es auch wirklich haben

(Zeile 333-342)

Ähnliches gilt für die Aneignung der Jury: Besonders positiv hervorgehoben wird in Bezug auf das Fachpersonal Fairness und »Menschlichkeit« (Kreuzberg 2011 Zeile 118) im Umgang mit den Kandidatinnen, Gerechtigkeit, Kompetenz und Expertise, Ehrlichkeit, konstruktive Kritik, respektvoller Umgang.

G2: Die sind direkt und ehrlich, find ich auch gut – weil die brauchen auch die Konfrontation mit ähm – negativen Aspekten zum Beispiel dass sie zum Beispiel für den einen Job nicht äh Job nicht geschaffen ist oder dass sie nicht so gut mit der Mimik spielen kann oder dass sie zum Beispiel nicht tanzen kann – also ich find das gut, die sind ehrlich und hart – und denn, ja – zeigen die denen halt auch wie's richtig ist denk ich mal – dass sie mit Kritik gut umgehen können

(Zeile 107-111)

Im neoliberal-konkurrenziellen Sinne handeln die Befragten Eigenschaften und Verhaltensweisen als positiv besetzt aus, die auf Leistungsbereitschaft, aber fairen Umgang im Wettbewerbsverhältnis hinweisen. Als Repräsentantinnen solcher Haltung nennen die Mädchen größtenteils diejenigen Kandidatinnen bei *Germany's Next Topmodel*, die sie »mögen« und/oder favorisieren. Zusammengenommen ergibt sich ein Abbild der hegemonialen Imperative der neoliberalen Gesellschaft, markiert durch Anrufungen der Leistungsethik und Wettbewerbsfähigkeit. Der normative Erwartungshorizont für Selbstführungstechniken, das, was als angemessen betrachtet wird, und was nicht, stellt dabei einen sehr schmalen Grat dar. Wie bereits ausgeführt verweisen die Auswertungen auch darauf, dass diese Maßstäbe nicht universell Geltung haben. Die Mädchen scheinen *Germany's Next Topmodel* als spezifische Sphäre wahrzunehmen, die als öffentlich-professioneller Raum markiert ist. Die Homogenität und Intensität der Aushandlungen sowie die Unhinterfragtheit und Eindeutigkeit legen nahe, dass die Mädchen entlang der Vorzugslesart der Sendung aneignen, die gesellschaftliche Anrufungen reproduziert – es ist auffällig, wie in allen Gruppen vergleichsweise selbstreferenziell und ausführlich diskutiert wird. Die Aussagen der befragten Mädchen ähneln sich sehr, und die Aushandlungen verweisen auf eine große Vertrautheit mit den Themen, aber auch auf eine Vertrautheit in der gemeinsamen Auseinandersetzung damit. Die teilweise zur Sendung analogen Termini in den Gesprächen deuten auf eine hohe Anschluss-

fähigkeit hin bzw. starke Bezüge von Medientext und gesellschaftlichen Anrufungen. Und verhandelt wird dabei offenbar nichts weniger als Subjektivierung und die Art, wie diese im Verhalten/Handeln nach außen hin sichtbar und damit beurteilbar wird. Gesellschaftstheoretisch verortet verweisen diese Befunde mit Foucault auf die Affirmierung gesellschaftlicher Anrufungen des »unternehmerischen Selbst«. Demnach zeigen sich hier internalisierte Anforderung an die freigesetzten, autonomen Subjekte der Gegenwartsgesellschaft: Qua Selbstverfügung gilt es, die normativ gesetzten Anforderungen der verschiedenen Erfahrungsbezüge kompetent sichtbar zu erfüllen und dabei gleichzeitig kompetitive Durchsetzung gegen andere zu verfolgen. Die Werte und Eigenschaften, die auf eine kompetente Umsetzung dieser Ziele verweisen, dienen den Jugendlichen anscheinend als Referenzpunkte, anhand derer sie andere messen – auch in der Medienaneignung.

Die Auswertungen über die gesamten Gruppendiskussionen hinweg zeigen, dass sich in den Verhandlungen der Jugendlichen eine Fülle von Ideologien und Normalisierungen widerspiegeln. Die Befunde verweisen wie bereits ausgeführt darauf, dass die Befragten unterschiedliche Werte gerahmt von verschiedenen Lebenswelten verhandeln. Diese jeweiligen Werte und Maßstäbe können sich unterscheiden oder sogar widersprechen, für die jeweiligen Räume allerdings stellen sie sich konsistent und kohärent dar. Die Erfahrungsbezüge verschiedener Räume stimmen gruppenübergreifend weitestgehend überein. Diese Vielzahl ist markiert einerseits durch eine auffällige Pluralisierung bei gleichzeitiger Fragmentierung sowie andererseits einer ausgeprägten Verengung und Verdichtung des als angemessenen Akzeptierten, also des Handlungsspielraums. Situier und bedingt sind diese unterschiedlichen Orientierungsmuster anscheinend in den vielfältigen Erfahrungsbezügen, in denen sich die Jugendlichen bewegen. Diese werden in dieser Arbeit als Räume oder Lebenswelten bezeichnet. Besonders deutlich werden diese Differenzierungen bei der Auswertung der Gruppendiskussionen zum eigenen Schönheitshandeln (vgl. Kapitel 5.2). Hier zeigt sich, dass die Mädchen die Angemessenheit von Schönheitspraktiken sehr fein nuanciert wahrnehmen und bewerten in Abhängigkeit vom Kontext, in dem diese sichtbar gemacht werden. Theoretisch lässt sich dieses Ergebnis erklären vor dem Hintergrund der zeitgenössischen Identitätsarbeit im Kontext der Erfahrungen, die Subjekte in der Gegenwartsgesellschaft machen. Individualisierung, Freisetzung, Pluralisierung, Entgrenzung, Enttraditionalisierung, Globalisierung – die Sozialisation, Vergesellschaftung, Subjektivierung, Identitätsarbeit ist gekennzeichnet durch einschneidende Transformationen auf gesellschaftlicher Ebene und damit verbundenen Erfahrungen auf subjektiver Ebene (vgl. Kapitel 2.3). Für die Identitätsentwicklung bzw. Subjektivierung kontemporärer Individuen schlägt sich dies nieder im Erleben von Fragmentierung im Sinne einer »multiphren Situation als Normalphänomen« (Keupp et al. 1999):

»Die wachsende Komplexität von Lebensverhältnissen führt zu einer Fülle von Erlebnis- und Erfahrungsbezügen, die sich aber in kein Gesamtbild mehr fügen. Diese Erfahrungssplitter sind wie Teile eines zerbrochenen Hohlspiegels. Wir haben meist keine andere Chance, als sie unverbunden nebeneinander stehen zu lassen.« (Ebd.: 48)

Die Befunde dieser Arbeit legen allerdings nahe, dass diese Fragmentierung nicht zwangsläufig als Unverbundenheit empfunden wird. Es stellt sich so dar, dass die Ju-

gendlichen die dispersen Lebenserfahrungen und -welten und Teil-Selbste größtenteils gar nicht bewusst wahrnehmen. Diese scheinen der Reflexion und/oder Problematisierung entzogen, d. h. normalisiert zu sein. Dies spiegelt sich wieder in den dispersen Positionierungen in Bezug auf Werte und Normen, die den Jugendlichen gar nicht in ihrer Fragmentierung bewusst sind, und dadurch i. d. R. unhinterfragt bleiben. Die Jugendlichen erleben die Erfahrungswelten offensichtlich in einem Kontinuum, das sich einteilen lässt anhand der Kategorie des »Raums« (im übertragenen wie auch konkreten Sinne). Die Pole dieses Kontinuums stellen die Bereiche *Privatheit-Zuhause* auf der einen und *Öffentlichkeit* auf der anderen Seite dar⁴¹. Der soziale Kontext des familiär-privaten Umfelds im eigenen Zuhause wird von den Befragten vereinzelt behandelt bei Gesprächen über die eigenen Schönheitshandlungen (vgl. Kapitel 5.2.1c). Die Befunde deuten darauf hin, dass für diese Lebenswelt eher Beziehungswerte wie Authentizität, Nicht-Kontrolliertheit, Offenheit, Vertrauen, Privatheit, Entlastung von Sichtbarkeit aktualisiert werden. Vor dieser Vergleichsfolie fällt es auf, dass in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* der private Raum so gut wie gar keine Rolle spielt. Eine mögliche Erklärung liegt in den Bezügen, die die Mädchen zwischen Sendungsinhalten und eigenen Erfahrungen herstellen und verweist damit darauf, wie differenziert die Wahrnehmung der Zuschauerinnen ist und sich eben nicht »nur« von den Medieninhalten ableiten lässt: Die in den eigenen Lebenswelten mit dem privaten Raum verknüpften Werte finden die Mädchen anscheinend nicht in der Sendung wieder, auch nicht im temporären Zuhause der Kandidatinnen, der sogenannten Modelvilla. Die Mädchen machen keine Unterscheidung auf zwischen dem Setting in der Modelvilla, das die quasi-private Sphäre darstellen soll, und der öffentlichen Sphäre während der Challenges, Fotoshootings usw. Sie thematisieren nur in seltenen Fällen Szenen, die in der Modelvilla situiert sind, oder Freundschaften unter den Kandidatinnen⁴². Und auch »private« Kleidung, ungeschminktes Aussehen oder andere Aspekte des Äußeren der Kandidatinnen außerhalb des professionellen Raums werden so gut wie nie angesprochen.

In diesem Kontext lässt sich auch der Befund erklären, dass die Jugendlichen sich größtenteils stark abwertend gegenüber Emotionen der Kandidatinnen positionieren, denn das Zeigen von Emotionen steht für die Jugendlichen vor allem in Beziehung mit dem privaten Raum: Auffällig durch die Häufigkeit und Intensität der Positionen in

41 In den Aushandlungen zu Schönheitspraxen in den eigenen Lebenswelten (vgl. Kapitel 5.2) verorten die Befragten den Bereich Öffentlichkeit im Kontext von »Feierngehen« mit Peers diskursiv als Gegenpol zum privaten Kontext. In den Aushandlungen zur Aneignung von *Germany's Next Topmodel* scheinen die Mädchen als Gegenpol von Privatheit eher den Bereich Öffentlichkeit-Profession zu rahmen. Dies erklärt sich durch Abgleichung der Sendungsinhalte mit eigenen Erfahrungsbezügen: Während in den eigenen Lebenswelten der Kontext Berufsleben (bis auf eine der Befragten besuchen alle Mädchen die Oberschule) nur eine untergeordnete Rolle spielt, bspw. thematisiert in Form von Praktika oder Projekttagen, wird bei Medieninhalten und -aneignung der Kontext des Ausgehens so gut wie nie thematisiert.

42 Hier stellt sich ein abweichender Befund dar im Vergleich zu der Studie von Stach (2009). Stach kommt zu dem Ergebnis, dass die Nähe zur »Mädchengruppe der Kandidatinnen« in der Aneignung der weiblichen Fangruppe eine zentrale Rolle einnimmt: »Sie empfanden die Kandidatinnen wie Freundinnen ihrer eigenen Clique, »in der man Spaß hat wie die da« (ebd.: 171).

allen Gruppen ist die negative Besetzung von intensiven – im Sinne von deutlich sichtbaren – Emotionen (vgl. Kapitel 5.1.2). Dies zeigt sich bspw. an der negativen Thematisierung von denjenigen Kandidatinnen, die gelesen werden als sich von Emotionen (bspw. »heulen«, »zicken«) leitend. Der Großteil an starken Affekten – insbesondere der negativen, wie Wut, Traurigkeit, Angst, Neid, Scham – wird als unpassend und unangemessen verhandelt. Die positiven Emotionen der Kandidatinnen werden i. d. R. nicht thematisiert und ansonsten häufig parodiert und ironisiert – etwa Freude bei positiver Rückmeldung oder Vorfreude auf Fotoshooting und Reisen. Die negativen Emotionen, die die Mädchen thematisieren, zeichnen sich dadurch aus, dass sie den Werten der Leistungsethik entgegenstehen: Im professionellen Raum, in dem vor allem Leistung zählt, werden Emotionen als negativ verhandelt. Affektives Verhalten wird als unprofessionell, unangemessen und unpassend für diese Sphäre empfunden⁴³. In den gelegentlich erwähnten Kontexten, die den privaten Raum betreffen, verhandeln die Mädchen dagegen Emotionen als selbstverständlich.

Mit der Aneignung des Medientextes als Kontext der professionellen Leistungsebene lassen sich auch die Befunde zur Aushandlung der sexualisiert-erotisierten Fotoshootings erklären⁴⁴. Es fällt auf, dass Fotoshootings, bei denen die Kandidatinnen unbekleidet und/oder in Unterwäsche zu sehen sind und die in jeder Staffel von *Germany's Next Topmodel* vorkommen, kaum angesprochen oder problematisiert werden. Eine Möglichkeit der Interpretation ist, dass die Jugendlichen die (erotisierte) Nacktheit im Rahmen der als professionell-ästhetisierend inszenierten Settings nicht als auffällig, geschweige denn problematisch wahrnehmen⁴⁵. Die nackten/unbekleideten Körper verweisen demnach im professionellen Kontext nicht auf Sexualität oder Erotik. Im Fokus steht vielmehr die Leistung, den Körper möglichst kompetent zu inszenieren. Es findet quasi eine diskursive Desexualisierung statt. Zu einem ähnlichen Befund kommen Prokop/Stach (2012) bei einer medienseitigen Analyse:

»Die traditionelle Ordnung der Zeichen wird auch in Bezug auf die Entblößung und Inszenierung des weiblichen Körpers umcodiert. Hier wird der Zusammenhang zur Se-

43 Als Beleg für diesen Befund lässt sich auch deuten, dass von den Befragten bei den Aushandlungen ohne schlechtes Gewissen das getan wird, was sie gleichzeitig als negativ werten – emotional sein auf einer allgemeinen Ebene und im Speziellen bspw. »Lästern« über Kandidatinnen, weil diese über andere »lästern«. Hier lässt sich interpretieren, dass die Mädchen das Setting der Gruppendiskussion durch das Zusammensein mit einer vertrauten Gruppe im Austausch zu vertrauten Themen unbewusst als privaten Raum verorten und daher emotionales Verhalten aktualisieren und als angemessen empfinden.

44 Darüber hinaus liegt vermutlich eine Schnittstelle mit der spezifischen Aneignung des Aussehens der Kandidatinnen vor (vgl. Kapitel 5.1.3b): Die Befunde verweisen darauf, dass das Äußere der Kandidatinnen bei den Befragten wenig Beachtung findet, da es als nicht-authentisch und daher ohne Rückkopplung an das Selbst der Person angeeignet wird. Diese Tendenz schlägt sich mutmaßlich auch in der Aneignung der sexualisierten Fotoshootings nieder.

45 Eine andere bzw. ergänzende Möglichkeit zur Erklärung der Dethematisierung sexuell konnotierter Aspekte bei der Medienaneignung liefert Wegener (2008a) in ihrer Studie zur Bedeutung von Medienpersonen im Alltag jugendlicher Fans. Für sie deutet das Meiden von bestimmten Themen oder Facetten darauf hin, dass die/der Aneignende/r in ihrer/seiner »biografischen und geschlechtlichen Entwicklung überholt [ist], so dass ein Abgleich auf paritätischer Ebene nicht mehr möglich ist« (ebd.: 376).

xualität, wie er traditionell besteht, aufgehoben. Entblößung bedeutet im Fotoshooting nichts als Zeigen des perfekten Körpers.« (Ebd.: 201)

Für diese Interpretation spricht, dass die Befragten für die eigenen Lebenswelten erotisch-sexuelle Prägung des Aussehens thematisieren und als unangemessen und negativ bewerten (vgl. Kapitel 5.2.1a). Hier fügt sich stimmig ein, dass die Mädchen in Bezug auf andere Szenen eine Sexualisierung des Aussehens der Kandidatinnen durchaus ansprechen und als unangemessen empfinden. Es ist bemerkenswert, dass die Befragten für diese Kontexte eine als zu stark empfundene Erotik der Kandidatinnen ungestützt thematisieren:

M2: Sarah weiß ich nicht, ich glaub sie hieß Sarah – die mag ich gar nicht sie zieht sich so richtig freizügig an
(Zeile 59-60)

Eine Erklärung dafür ist, dass die Befragten an diesen Stellen anders rahmen, also die Kandidatinnen nicht in Bezug auf die spezifischen Anforderungen des öffentlich-professionellen Raums der Modelsphäre verorten. Diese Differenzierung deutet sich bei einer Gruppe im Rahmen der Frage nach einer möglichen eigenen Teilnahme an der Sendung an. Im Antwortprozess stellen die Befragten offenbar Bezüge zur eigenen Person her und aktualisieren in diesem Rahmen zum ersten Mal in der Gruppendiskussion das Thema Nudität. Mit Bezug auf die eigene Person wird Nacktheit anscheinend mit Schamgefühlen assoziiert, daraus erfolgt der Transfer auf die Situation der Kandidatinnen:

F1: Also ich meine, wenn man noch minderjährig ist, vor allem dann in so 'ner Show mitzumachen zum Beispiel wo der
F4: Mit Nackt-Shooting [...] Also ich würd's glaube ich auch nur nachm Abitur dann wirklich machen
F2: Bei der einen Final-Show, Jolina wenn ihr euch noch an die erinnern könnt, die mit Ivana war? [...] Die da war dann plötzlich oben ohne. Also da ist ihr dann das Kleid irgendwie runtergerutscht und man hat einfach im Fernsehen ihren ganzen Oberkörper so frei gesehen. [...] Und das war also das find ich zum Beispiel unmöglich dass sowas passiert. Und ich meine, wenn die noch minderjährig sind das ist ja unglaublich. Also
F4: Ja, aber da wird schon drauf geachtet eigentlich
F1: Da müsst ich echt überlegen
F2: Na ja
F4: Aber du muusst dich trotzdem nackt vor den Fotografen stellen so
(Zeile 871-887)

Ein ähnlicher Prozess zeigt sich auch in der Zehlendorfer Gruppe. Diese beiden (kritischen) Thematisierungen von inszenierter Sexualisierung/Nacktheit in der Sendung sind die einzigen, die in den Gruppendiskussionen stattfinden. Hier fungieren als »Trigger« ebenfalls Bezüge der eigenen Person zu den Kandidatinnen, hier die Übereinstimmung des Alters der Kandidatinnen mit dem eigenen Alter. In diesem Kontext äußern die Jugendlichen die Meinung, dass noch nicht volljährige Kandidatinnen

zu jung für eine Teilnahme bei *Germany's Next Topmodel* sind. Diese Meinung ist prototypisch für die Aussagen in vielen Gruppen.

Es ist auffällig, wie häufig das Alter der Kandidatinnen selbstreferenziell/ungestützt thematisiert wird, allerdings i. d. R. auf allgemeiner Ebene, selten anhand einer bestimmten Teilnehmerin. Der Tenor dabei ist immer derselbe: Minderjährige Mädchen werden als zu jung für eine Teilnahme an der Sendung beurteilt.

K4: die werden auch immer jünger, das ist echt krass also – bei ANTM sind die alle so erwachsene Frauen glaub ich, also mehr oder weniger, ab 18 aber hier, es gibt dieses Jahr echt 16-jährige.

(Zeile 310–312)

Die Argumentationen deuten darauf hin, dass sich die Befragten, wenn sie das Thema Alter aktualisieren, in Beziehung zu den (minderjährigen) Kandidatinnen setzen, die i. d. R. in einem ähnlichen Alter sind wie sie. In diesem Kontext wird mehrfach das bildungsbürgerlich-konservative Bildungsideal geäußert, die (minderjährigen) Kandidatinnen sollten »lieber erstmal die Schule fertig machen« (Kreuzberg 2011, Zeile 476):

W2: Oder hier, die Mädchen die Topmodel werden die haben die Schule aufgegeben die *Germany's Next Topmodel* werden, was wenn die jetzt rausgeschmissen werden? Jetzt morgen?

W1: Die haben keine Schule kein Job keine Arbeit – rein gar nichts – arbeitslos und arm (Zeile 330–332)

Dies lässt sich interpretieren als Ausdruck der wertkonservativen und leistungsbetonten Einstellung, die für Heranwachsende in aktuellen Jugendstudien immer wieder nachgewiesen wird (vgl. Shell Jugendstudie 2015, SINUS-Jugendstudie 2016).

b) Aneignung aussehensbezogener Inszenierungen zwischen Naturgegebenem und Selbstgemachtem

Neben den ausgeführten Aushandlungen der Kandidatinnen zu konkurrenzialen Eigenschaften des Leistungsbereichs, die im Rahmen der orientierungsgeleiteten Aneignung den primären Fokus der Jugendlichen darstellen, fällt auf, dass aussehensbezogene Themen vergleichsweise wenig Raum einnehmen. Dies zeigt sich einerseits in der Quantität der Thematisierungen, aber auch in den Inhalten – Themen rund um Aussehen und Körper spielen eher eine Nebenrolle. Ausgehend vom Medientext, der die Sendung in der Modelbranche situiert und durch Handlung und Settings dementsprechende Schwerpunkte setzt, könnte man annehmen, dass die vielfältigen Aspekte im Radius aussehensbezogener Inszenierungen in der Sendung – Körper, Kleidung, Mode, Frisuren, Schminke u. ä. – eine besondere Stellung in den Aushandlungen der Rezipientinnen einnehmen. Der Großteil der Forschungen zu *Germany's Next Topmodel* bestätigt diese Annahme: Medienseitige Untersuchungen (vgl. Prokop et al. 2009, Lippl/Wohler 2011, Stach 2013) heben immer wieder die Relevanz hervor, die dem Äußeren in der Sendung zukommt. RezipientInnenorientierte Studien konstatieren, dass sich diese dominanten Lesarten in den Aussagen der ZuschauerInnen niederschlagen und widerspiegeln (Prokop/Stach 2012, Hackenberg/Hajok 2012, Stehling 2015, Götz et al. 2015a, Götz/Mendel 2016). Der Befund dieser Arbeit, dass das Aussehen in den Posi-

tionen der Mädchen zur Sendung nur eine sekundäre Rolle einnimmt, stellt sich umso auffälliger dar. Noch auffälliger wird der Befund vor dem Hintergrund, dass sich die Gespräche der Mädchen zum eigenen Schönheitshandeln und aussehensbezogene Verhandlungen selbstreferenziell enorm ausführlich gestalten. Eine Erklärung dafür ergibt sich in der Rekonstruktion der Sinnhorizonte der Mädchen aus den eigenen Erfahrungsbezügen. Vor diesem Hintergrund erweisen sich die Thematisierungen und Positionen der Mädchen durchaus kohärent. Dieser Befund verweist darauf, dass die Jugendlichen die aussehensbezogenen Inszenierungen der Sendung zentral gerahmt durch die Wissensordnungen eigener Lebenswelten aneignen – und nicht entlang der dominanten Lesart der Sendung und deren primärer Narration. Die Auswertung zeigt, dass die periphere Stellung, die Aushandlungen zu aussehensbezogenen Inszenierungen in *Germany's Next Topmodel* einnehmen, daraus resultiert, dass das in der Sendung Dargestellte für die Jugendlichen im Kontext ihrer eigenen Sinnstrukturen keine zentrale Relevanz hat. Bei genauem Hinsehen werden also *Nicht-Thematisierungen* und *Nicht-Positionierungen* sichtbar. Hier wird deutlich, dass die Jugendlichen einen nuancierten Komplex aus verschiedenen Komponenten und ein Netz aus Zusammenhängen und Gewichtungen entwerfen. Sichtbar in den Aussagen der Jugendlichen zu den eigenen Lebenswelten wird die Differenzierung verschiedener »Segmente«, die das Aussehen betreffen und die sie offenbar auch in der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* aktualisieren: Die Jugendlichen differenzieren zwischen zwei aussehensbezogenen Teilbereichen, die eng verflochten sind, einander bedingen und zusammengekommen das Aussehen einer Person ausmachen, aber jeder für sich eine unterschiedliche Bedeutung besitzt und andersgelagert be-/gewertet wird, ja zwischen denen gar eine Hierarchie besteht: die Mädchen bringen ihnen unterschiedlich viel Anerkennung entgegen. Auf der einen Seite stehen *Praxen* der Selbstsorge, Selbsttechnologien in Form von Schönheitshandlungen an selbst-modifizierbaren Teilen des Äußeren anhand selbstgesetzter, mit der eigenen Persönlichkeit kohärenter Ideale. Demgegenüber stehen *körperliche Komponenten*, die als nicht (ohne Weiteres) modifizierbare, somatische Dispositionen ausgehandelt werden, die quasi »naturgegebene« Merkmale darstellen, die nicht durch Leistung bearbeitet werden (können) und daher kaum Aussagekraft für die Persönlichkeit und Subjektivierung besitzen. Beispiele für diese anatomisch-physischen Momente in den Aushandlungen der Mädchen stellen Körpergröße, Länge der Extremitäten, Hautfarbe oder Form bestimmter Körperteile (bspw. Ohren, Gesicht) dar. Dieser Teilbereich wird vergleichsweise selten angesprochen und besprochen in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* sowie zu den eigenen Lebenswelten. In Bezug auf *Germany's Next Topmodel* werden auch *Schönheitspraktiken* selten angesprochen. Dies ist insofern auffällig, da dieser Teilbereich bei den Gesprächen zu aussehensbezogenen Aspekten in eigenen Lebenswelten eingehend und intensiv ausgehandelt wird. Die Befunde zeigen hier, dass Schönheitshandeln eine zentrale Kategorie darstellt zur Selbstpräsentation sowie zur Decodierung anderer. Dass aussehensbezogene Praxen in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* nicht thematisiert werden, legt also nahe, dass die Sendung in diesem Bereich kaum anschlussfähige, für die Mädchen relevante Darstellungen zeigt.

Als genereller Befund lässt sich wie bereits erwähnt konstatieren, dass überraschend selten Thematisierungen und Positionierungen zu aussehensbezogenen

Inszenierungen der Kandidatinnen (oder sonstigen Medienfiguren der Sendung) in den Gruppendiskussionen erfolgen. Dieser Bereich wird sowohl selbstreferenziell, aber auch bei (Nach-)Fragen eher peripher ange-/besprochen, bspw. bei Fragen nach Lieblingskandidatinnen oder Kandidatinnen, die in Erinnerung geblieben sind, bei Fragen nach den Kandidatinnen, die die Mädchen bestaussehend finden, sowie bei den Aussagen im Rahmen der Präsentation des Stimulusmaterials, zeigt sich dies sehr deutlich. Der Großteil der Aussagen ist vergleichsweise kurzgehalten und unkonkret. Für die Vorlieben der Zuschauerinnen, so der Befund dieser Arbeit, ist das Aussehen der Kandidatinnen kein relevantes Kriterium. In Bezug auf das Aussehen der Kandidatinnen beschränken sich die meisten Antworten auf (allgemeine) Urteile wie »schön« oder »hässlich«, geäußert als eigene Meinungen, bspw. in der Form »ich finde«, ⁴⁶ In den seltenen Aussagen, die sich auf bestimmte Aspekte des Körpers der Kandidatinnen beziehen, thematisieren die Mädchen so gut wie immer *physiologische Merkmale* (in Abgrenzung zu *hergestellten Momenten*.) Die Mädchen referenzieren vorrangig darauf, wenn diese als auffällig-deviant bemerkt werden (vgl. Kapitel 5.2). Auffallend sind dabei offenbar vor allem negativ wahrgenommene Abweichungen von einem unausgesprochenen Ideal. Beispiele für Devianzen stellen in den Gruppendiskussionen Bezeichnungen dar wie »große Ohren«, »eckiges Gesicht«, »Falten«, »sehr groß«. Gelegentlich beschreiben die Mädchen auch positiv besetzte Merkmale, etwa »große Augen«, »lange Beine«, »schönes Profil«. Die positiven wie auch negativen Wertungen stellen sich über fast alle Gruppen homogen dar. Dass die Mädchen hier aus ihren persönlichen Erfahrungsbezügen heraus beurteilen, stützt der Befund, dass die Wertungen und daran gekoppelten Ideale kohärent sind sowohl in den aussehensbezogenen Aushandlungen der Kandidatinnen als auch in den aussehensbezogenen Aushandlungen zu eigenen Lebenswelten. Eindeutig lässt sich das in den Befunden allerdings nicht feststellen, da die Ideale größtenteils normalisiert und damit einer expliziten Formulierung oder gar Problematisierung entzogen scheinen (vgl. Degele 2004, Gugutzer 2006, Bieger 2008, Villa 2013a). Bspw. positionieren sich die Mädchen zu den Kandidatinnen i. d. R. nur kurzgehalten in der Form von »schön« oder »hässlich« – hier bildet sich offenbar ein selbstverständlicher Konsens ab, der keiner weiteren Ausführungen bedarf, um verstanden zu werden.

Eine Konturierung der dominanten aussehensbezogenen Ideale bietet sich in dieser Arbeit vor allem in Fällen, in denen die Ideale partiell abweichend von diesem Common Sense erscheinen. In drei Gruppen (Pankow 2011, Kreuzberg 2017 und Friedenau 2017) besprechen die Mädchen »besonderes« Aussehen bei Kandidatinnen als positiv.

Eher abfällige Äußerungen kommen zum Aussehen von Kandidatinnen – vor allem bezogen auf deren Gesichter –, das die Mädchen als »Mainstream«, »08/15« oder »Girl-next-door« beschreiben. Das werten die Jugendlichen offenbar als normal, alltäglich, durchschnittlich, langweilig. Positiv gewertet wird dagegen »außergewöhnliches«, »spezielles« oder »besonderes« Aussehen. Besonders ausgeprägt stellt sich dies bei der

46 Wie bereits ausgeführt wird hier paradigmatisch die scheinbare Widersprüchlichkeit der Aushandlungen der Befragten sichtbar, die an anderen Stellen aussagen, sie bzw. die Zuschauerinnen hätten nicht die Expertise, um das Aussehen der Kandidatinnen zu bewerten.

Friedenauer Gruppe dar. In vom Großteil der sonstigen Gruppen auffällig abweichenden Thematisierungen und Positionierungen verhandeln die Friedenauer Jugendlichen das Aussehen der Kandidatinnen breit, teilweise mit Fachausdrücken und Expertinnen-dukus⁴⁷. Exemplarisch dafür stehen die Aussagen der Mädchen auf die Frage, welche der Kandidatinnen ihnen vom Aussehen her in Erinnerung geblieben sind. Besonders auffällig ist, dass die Befragten »hübsch« sogar als eher negativ markiert verwenden. Evident werden bei den Aussagen auch die Referenzen auf die physischen Aspekte des Äußeren:

F1: [...] also so n Mädchen von nebenan und dann sind immer so drei, oder zwei, die wirklich was Spezielles haben.

F4: Diese High-fashion-Gesichter, diese Laufsteg-Gesichter, wo du merkst, die, die ist schon so, die hat schon diese Ausstrahlung, dass sie auch international irgendwie laufen könnte oder so. Und dann ja, dann gibt es eben diese netten Mädchen von nebenan die eher unauffällig sind aber halt immer, eben immer nett irgendwie

F1: Und hübsch

F4: Ja und hübsch [...] Aber die haben halt nicht die Aura dafür so
[...]

F1: Solche Beauty-Gesichter, ich mein das ist ja nichts Schlechtes, es ist halt einfach nur dieses typische schöne Gesicht, halt durchschnittlich, also nicht durchschnittlich schön aber wie soll man das sagen?

[...]

F3: Weil es grad nix, also es hat was Besonderes, aber nicht so stark wie diese anderen High-Fashion-Gesichter immer

F4: Ja, ich find es waren nicht viele so Gesichter dabei wo man wo man echt hängen-geblieben ist und so dachte, boah krass

[...]

F2: Ich find's halt, ich find halt irgendwie, es gibt zwei verschiedene Arten von Schön-sein irgendwie weil, ich finde, einmal gibt's dieses schön, weil's halt einfach schön ist so, weil's einfach stimmig ist. [...] Und dann halt gibt's noch so ne Schönheit die ich halt viel interessanter finde, dieses Außergewöhnliche. Zum Beispiel diese eine, die so ganz weit auseinander stehende Augen hatte, wie hieß sie nochmal?

F1: Die mit den Segelohren?

F4: Die so rötliche Haare hatte, glaube ich? Und so n ganz rundes Gesicht hatte und so weit auseinanderstehende Augen?

F2: Ja. Das Gesicht find ich nämlich richtig schön

(Zeile 510–610)

Als zentral für eine positive Bewertung des Äußeren stellt sich hier das Kriterium des Nicht-Mainstream-Aussehens dar. Dies zeigt sich konsistent auch in den Aussagen der Mädchen auf die Frage, wie weit sie bei einem eigenen Umstyling gehen würden, sowie

47 Die Jugendlichen in dieser Gruppe scheinen eine Affinität zum »Bereich der Prominenz« im allgemeinen und Modelbereich im speziellen zu haben, geschlossen aus den ausführlichen Aushandlungen, dem Fachsimpeln und dem Wissen aus dem öffentlichen Diskurs dazu.

in deren Verhandlungen der eigenen Lebenswelten, bei denen aussehensbezogene Ideale sichtbar werden, die »Außergewöhnlichkeit« als Fixpunkt haben (vgl. Kapitel 5.2). Über diese Zusammenhänge hinaus ist es aufgrund der konsensualen Selbstverständlichkeit, mit der der Bereich normalisierter Schönheit in den Gruppen behandelt wird, diffizil, dessen Konturen zu erfassen. Allerdings ist die Selbstverständlichkeit, mit der auf den offensichtlich hegemonialen Common Sense referenziert wird, sehr aufschlussreich.

Dafür, dass aussehensbezogene Themen in *Germany's Next Topmodel* bei den Befragten so wenig Resonanz hervorrufen, bieten die Befunde noch eine weitere, ergänzende Erklärung. Auch hier trägt die »Schablone« der Positionierungen zu eigenen Lebenswelten zur Erhellung der Aushandlungen bzw. deren nicht Vorhandensein in Bezug auf *Germany's Next Topmodel* bei. Sprechen die Mädchen über das Aussehen, differenzieren sie anscheinend zwischen zwei Teilbereichen (vgl. Kapitel 5.2), die aus den Befunden der Arbeit induktiv als somatisch-biologische Komponenten und aussehensbezogene Komponenten, die der Selbstführung unterliegen, gefasst werden. Den Thematisierungen der Mädchen zufolge spielen die somatischen Dispositionen in den eigenen Lebenswelten eine eher nebensächliche Rolle. Das ist deckungsgleich mit den Thematisierungen zur Sendung. Eine große Relevanz dagegen nehmen in den Gesprächen zu eigenen Lebenswelten Schönheitshandlungen ein. Diese werden enorm ausführlich und in vielfältigen Bezügen diskutiert. Als Schönheitspraktiken verhandeln die Jugendlichen Handlungen, mit denen Subjekte ihr eigenes Aussehen modifizieren. Dieser Bereich ist höchstrelevant für die Subjektivierungsarbeit, darauf weisen die Gespräche der Mädchen zum Sich-schön-machen in den eigenen Lebenswelten hin: Für die Wahrnehmung und Bewertung von sich und anderen stellen Schönheitshandlungen eine zentrale Kategorie dar, so die Befunde. Modi und Rationalitäten des Sich-schön-machens besprechen die Jugendlichen ausgiebig, lustvoll, interessiert an anderen und an sich selbst. Noch die scheinbar banalsten, routinierten Praktiken werden detailliert, umfassend und teilnahmsvoll besprochen.

Auf der Basis dieser Vergleichsfolie zeigen sich eklatant die Unterschiede zu den Aushandlungen in Bezug auf *Germany's Next Topmodel*. Denn besprechen die Mädchen die Sendung, wird dieser Bereich kaum thematisiert, Schönheitshandeln spielt hier so gut wie keine Rolle. Sichtbar werden also anscheinend Leerstellen, mit denen sich Ausparungen und Nicht-Thematisierungen konturieren lassen. In ihrer Nicht-Sagbarkeit bzw. dem gruppenübergreifend selbstverständlichen Konsens, auf den die Leerstellen offensichtlich verweisen, stellen diese sich in der Auswertung genauso aussagekräftig und vielsagend dar wie Gesagtes.

Fruchtbar nutzen lassen sich als Blaupause für die Aneignung aussehensbezogener Inszenierungen auch die zentralen Kategorien, anhand derer die Jugendlichen Schönheitspraktiken in den eigenen Lebenswelten bewerten. Eine davon ist die Wahrnehmung von Selbsthergestelltheit anhand eigener Maßstäbe, die die Mädchen offensichtlich als sehr relevant werten, da diese als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit und Authentizität gelesen wird: Für die eigenen Erfahrungsbezüge diskutieren die Mädchen primär die Praktiken des Sich-schön-machens und die Angemessenheit bei der Umsetzung im Hinblick auf kontextabhängige Normen – zentral ist die Herstellungsleistung des Aussehens und die Rückkopplung dieser an Selbstführung und damit Sub-

jektivierung des/der Einzelne/n. Schönheitshandlungen werden demnach entschlüsselt als relevanter Identitätsmarker. Es gilt das Ideal der Selbsthergestellttheit, da Leistung und Kompetenz nur dann als Eigenleistung erscheinen. Zentral sind Aspekte wie Urhebererschaft und Authentizität, da vermittels derer Rückschlüsse auf das Selbst und die Kompetenz der Selbstführung und darüber Level der Anerkennbarkeit gezogen werden. Dieser Befund fügt sich ein und wird verständlich vor dem Hintergrund der theoretischen Einordnung in Konzepte der Körpersoziologie, die in Bezug auf das Äußere vor allem den Aspekt der *Herstellung von Aussehen* als zentrales Moment hervorheben (vgl. Degele 2004, Alkemeyer 2005, Gesing 2007, Maasen 2008, Villa 2008a). Wie in Kapitel 2.4 ausgeführt, ist das Äußere gekoppelt an die Identitätsarbeit, da Subjektivierung in der Gegenwartsgesellschaft zentral in Form von Selbstführung symbolisiert ebenso wie auch entschlüsselt wird. Mit Degeles (2004) Konzept des Schönheitshandelns, das Sich-schön-machen als Prozess sozialer Positionierung und der Inszenierung der eigenen Außenwirkung begreift, ist vor allem der Begriff des *Handelns* relevant. Dies passt sich nahtlos an das Foucaultsche Konzept der Technologien des Selbst an. Auch diese betonen den Aspekt der Selbstbearbeitung und Selbsthervorbringung als zentrales Merkmal der Subjektivierung in der kontemporären Gesellschaft. Wie in Kapitel 2 ausgeführt, ist in der Gegenwartsgesellschaft das Visuelle in Form der Darstellung und Verkörperung von Subjektivierung zentral für die Markierung dieser. Und natürlich ist der Markierung ein relationales Moment inhärent, denn diese erfordert die Deutung und Anerkennung durch andere. Ouellette (2017) bezeichnet diese Formen der optischen Selbst-Verortung treffend als »practices of self-branding« (ebd.: 184).

Übertragen auf die Aneignung der Kandidatinnen in *Germany's Next Topmodel* gilt anscheinend, dass Schönheitshandlungen eben nicht als deren *Selbsttechnologien* dekodiert werden. Für die Mädchen liegen demnach keine Chiffren vor, die lesbar sind für das Selbst der Kandidatinnen – sie thematisieren also das Aussehen der Kandidatinnen nicht, da die aussehensbezogenen Inszenierungen in der Sendung nicht auf das Merkmal des Selbstgemachten bei der Herstellung referenzieren. Im Kontext der ausgeführten Befunde lässt sich der Schluss ziehen, dass das Aussehen der Kandidatinnen als Modus hergestellt *durch andere*, nämlich das Fachpersonal, wahrgenommen wird. Und nicht selbst gemacht. Die Kandidatinnen führen die Schönheitshandlungen sichtbar nicht selbst durch. Das erledigt i. d. R. Fachpersonal in Form von StylistInnen, FrisörInnen, Make-up Artists. Und nicht nur das – die Entscheidung über die Form und Art und Weise der Schönheitshandlungen obliegt ebenfalls nicht den Kandidatinnen. Deren Äußeres wird offensichtlich im Rahmen der Sendung von den Mädchen als »fremdbestimmt« gelesen. Auch die Rationalitäten und Werte, die in den Schönheitshandlungen sichtbar werden, verweisen also nicht auf die Kandidatinnen selbst. Das hergestellte Äußere – also das Kommunikat – scheint sich für die Befragten losgelöst darzustellen vom Subjekt, das die Schönheitshandlung verkörpert – dem Kommunizierenden. Das Aussehen der Kandidatinnen wird demgemäß von den Aneignenden nicht mehr wahrgenommen als eine soziale Positionierung und verliert dadurch die Lesbarkeit und die Verweise auf Subjektivierung.

Als Erklärung für die Nachrangigkeit aussehensbezogener Themen in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* legt die Auswertung einen weiteren bemerkenswer-

ten Befund nahe⁴⁸. Hier zeigt sich abermals die Bedeutung qualitativer Erhebungsmethoden. Denn vor allem anhand der Selbstreferenzialität der Aushandlungen der Mädchen in ihrer ganzen Komplexität und Vielfalt, in der sich auch Quantität von Themen und selbstgesetzte Schwerpunkte abbilden können, lässt sich das Konzept, das in der Zusammenführung dieser Kontur gewinnt, herausarbeiten. Die Aneignung im Modus der Orientierungssuche erweist sich wie beschrieben wesentlich gekennzeichnet durch folgende Aspekte:

- Wissen und Erfahrungen aus eigenen handlungsleitenden Themen und Lebenswelten der Mädchen situieren die Sendung für sie als professionell-öffentlichen Raum, für den kompetente Selbsthervorbringung, Erfolg und Anerkennung zentral sind.
- Die Befragten nehmen das Aussehen der Kandidatinnen in *Germany's Next Topmodel* als »branchenspezifisches« wahr, das durch Fachpersonal hegestellt wird.
- Schönheitspraxen in *Germany's Next Topmodel* haben keine hohe Relevanz für die Zuschauerinnen, da sie als nicht selbsthergestellt und abgekoppelt von eigenen Lebenswelten gelesen werden.
- Stattdessen werden vor allem Eigenschaften der Kandidatinnen und darüber Werte aus dem Bereich »kapitalistischer Leistungsethik« verhandelt.

Im Zusammenspiel all dieser Ebenen und vor der Schablone der Konzepte zum eigenen Schönheitshandeln kristallisiert sich heraus, was die Mädchen anscheinend eigentlich als zentrales Moment der Sendung aneignen – und was in Forschung und öffentlichem Diskurs zu *Germany's Next Topmodel* neben der allgemeinen Aufgeregtheit um das Thema Schönheit⁴⁹ und Körper i. d. R. untergeht: Die Mädchen fokussieren in ihren Aushandlungen primär auf die Kandidatinnen und deren Umgang mit sowie Stellung im Wettbewerb. Zentral für die Jugendlichen ist dabei offenbar der Bereich der Erbringung von Leistung. Die beziehen die Mädchen aber nicht auf das Äußere der Kandidatinnen. Denn Leistung erbringen die Kandidatinnen für die Zuschauerinnen eben nicht in Bezug auf die (Herstellung der) eigene(n) Schönheit, das zeigt sich in der Aneignung deutlich. Das, was anschlussfähig ist für die Mädchen – Wettkampf, Selbstführung, Intelligibilität zu erlangen in der neoliberalen Matrix – findet nicht über Zuschreibungen von Kompetenzen des Sich-schön-machens statt. Mag in den eigenen Lebenswelten für das Lesen anderer das Aussehen höchstrelevant sein – in *Germany's Next Topmodel* ist es das weniger. Mag die Sendung in der eigenen Selbstdarstellung den Fokus auf das Thema Schönheit/Aussehen lenken und das im öffentlichen Diskurs zur Sendung reproduziert werden – für die Mädchen in ihrer Aneignung entfaltet der Bereich nur wenig Relevanz. Bedingt durch die geschilderte Rahmung mit Konzepten aus eigenen

48 Hier zeigt sich abermals die Bedeutung qualitativer Erhebungsmethoden. Denn vor allem anhand der Selbstreferenzialität der Aushandlungen der Mädchen in ihrer ganzen Komplexität und Vielfalt, in der sich auch Quantität von Themen und selbstgesetzte Schwerpunkte abbilden können, lässt sich das Konzept, das in der Zusammenführung dieser Kontur gewinnt, herausarbeiten.

49 Die Verwendung des Begriffs Schönheit geschieht in diesem Kontext bewusst, um darauf zu referenzieren, was öffentlicher Diskurs, mediale Berichterstattung, primäre Narration, Populärwissenschaft, Forschung – meist undifferenziert – als zentrales Moment von *Germany's Next Topmodel* ausmachen.

Lebenswelten lesen die Mädchen das Narrativ der Sendung, das von Potenzial, Wettbewerb, Leistung, Selbstdisziplin handelt, nur peripher im Radius von Körper, Schönheit, Attraktivität der Kandidatinnen. Denn: Die Herstellung des Äußeren wird nicht von den Kandidatinnen selbst vollbracht, sondern vom Fachpersonal. (Genau genommen ist hier also der Begriff des *Sich-schön-machens* sogar falsch.) Diese Lesart entspricht sicherlich in gewissem Maß dem Medientext selbst, da die Praxen der Bearbeitung des Aussehens, sprich die Modifikationen des Körpers mit Hilfsmitteln, während der einzelnen Folgen jeweils nur einen kleinen zeitlichen Anteil einnehmen (mit Ausnahme der Umstyling-Episode). Die mediale Darstellung wie auch Aneignung der Leistungen der Kandidatinnen erfolgen also nicht zentral über deren (Praxen zur Bearbeitung und Herstellung von) Attraktivität⁵⁰. Stattdessen eignen die Befragten die Kandidatinnen zentral über deren Einschreibung in neoliberal-konkurrenztaugliches Verhalten an. Das Selbst(-bild) der Kandidatinnen lesen die Jugendlichen anscheinend primär darüber, wie diszipliniert sich jene selbstverantwortlich führen anhand des ökonomischen Wissens in Räumen, die diskursiv situiert sind im Bereich des Öffentlich-Professionellen. Denn nur hier schreiben die Zuschauerinnen den Kandidatinnen offensichtlich Leistung und Handlungsmacht zu. Vielfach finden die Aushandlungen dazu über die an die Kandidatinnen gestellten Aufgaben statt. Aber darüber hinaus fällt ins Auge, dass die Befragten kaum differenzieren zwischen Aufgaben und sonstigen Settings. Eine Erklärung dafür ist, dass auch das Verhalten der Kandidatinnen in den sonstigen Settings als Teil des Wettkampfs inszeniert wird.

Relevant wird diese Differenzierung, da die Aushandlungen der Mädchen darauf verweisen, dass für sie Praxen der Darstellung als professionell-öffentliches Leistungs-subjekt auf andere Kompetenzen verweisen als Praxen des *Sich-schön-machens*. Und eben dies spiegelt sich wider in den Thematisierungen und Positionierungen der Jugendlichen in der Auseinandersetzung mit *Germany's Next Topmodel*. *Sich-schön-machen* und Schönheit auf der einen Seite und Selbstführung im professionell-öffentlichen Raum auf der anderen Seite ähneln sich, den Ausführungen der Mädchen zufolge, in Bezug auf die zugeschriebenen Kompetenzen, die für die Befragten darin sichtbar werden. Aber sie weisen einen bedeutsamen Unterschied auf: Beim *Sich-schön-machen* ist den Befunden dieser Arbeit zufolge für die Mädchen Kompetenz erforderlich im Hinblick auf den Einsatz bestimmter Chiffren, die sich in als schön wahrgenommenem Aussehen über Weiblichkeit, Authentizität, Individualität, Gepflegtheit niederschlagen (vgl. Kapitel 5.2.1b). Diese Werte zu verkörpern ist offensichtlich auch relevant für Praxen der Darstellungskompetenz im professionell-öffentlichen Bereich. Allerdings scheinen darüber hinaus weitere Werte auf, die deutlich vielfältiger sind. Hier zeigt sich vermutlich ein weiteres »Gesicht« der Tatsache, wie sehr Aussehen nach wie vor geschlechtlich codiert mit Weiblichkeit verknüpft ist: Damit die Verkörperung von

50 Streng genommen trifft das auf den Körper, i. S. v. »Figur«, nur bedingt zu. Dieser ist einerseits Teil dessen, was die Mädchen für die eigenen Lebenswelten als biologisch gegebene, physiologische Merkmale verhandeln. Darüber hinaus treten die Kandidatinnen mit ihrem selbst-disziplinierten Körper in die Sendung ein, im Verlaufe der Sendung bleibt dieser i. d. R. derselbe. Da aber auch die Bearbeitung des Körpers durch Fachpersonal Teil des Narrativs der Sendung ist, differenzieren die Mädchen diesbezüglich nicht.

Weiblichkeit keinesfalls uneindeutig im Sinne von nicht mehr erkennbar für andere ist, ist der hegemoniale Wertekanon, an dem sich die aussehensbezogene Selbstführung ausrichtet, eingeschränkt. Bei der Darstellung und Selbstinszenierung, die über Handlungswissen im professionellen Bereich auf die eigene Subjektivierung verweist, sind dagegen breit gefächere Werte möglich für Mädchen/Frauen, ohne dass sie Gefahr laufen, in der heterosexuellen Matrix nicht mehr intelligibel zu sein. Wie im Kapitel zu Aneignung von Leistung beschrieben (vgl. Kapitel 5.1.3a) ist die Darstellungskompetenz stärker noch im Bereich kapitalistischer Leistungsethik angesiedelt in Form neoliberaler Imperative. Relevant erscheinen hier Verkörperungen von Selbstdisziplin, Selbstkontrolle, Erfolg, Anpassungsfähigkeit, Selbstbewusstsein, Fairness, Fleiß, Aufgeschlossenheit, Ehrlichkeit, Zielstrebigkeit, Zuverlässigkeit.

Als wesentlicher Unterschied im Vergleich der Aushandlungen zu beiden Formen von Kompetenzen kristallisiert sich jedoch ein anderer heraus, nämlich inwieweit die Herstellung, die den Praxen zugrunde liegt, also deren *Gemachtheit*, sichtbar sein darf für andere. Bei den Darstellungskompetenzen als professionell-öffentliches Subjekt ist es offenbar wesentlich, dass Anstrengung, Leistung, Arbeit sichtbar sind – der »Wille zum Erfolg« muss erkennbar sein für andere. Bei der Schönheitskompetenz dagegen ist zentral, dass die Praxen mühelos und absichtslos erscheinen, im Sinne von Ungerichtetheit in Bezug auf die Ideale anderer. Dies gilt größtenteils, darauf verweisen die Aushandlungen, auch für Schönheit(-shandeln) im Bereich der professionellen Berufschönheit. Auch hier muss Schönheit Wohlfühlen signalisieren und als Spaß und Selbstzweck wirken, quasi als Ideal, das universell und zeitlos wirkt, nicht primär ausgerichtet auf gesellschaftliche Zuschreibungen und Werte. Bei der Selbstinszenierung als professionelles Subjekt muss zwar, so die Zuschreibungen der Befragten, auch Freude daran sichtbar sein, aber nicht primär im Sinne von Spaß und Selbstzweck. Denn dann würde der Anschein von Ernsthaftigkeit, von Leistungsorientiertheit Gefahr laufen, zu wenig wahrnehmbar zu sein. Allerdings deuten die Positionierungen der Jugendlichen auch darauf hin, dass sie den Mode(l)kontext für Schönheitshandlungen insofern als professionell-öffentlichen Raum verorten, dass die Bearbeitungen des Aussehens (partiell) sichtbar sein dürfen, dass gar das »Unnatürliche«, Artificielle akzeptiert, wenn auch nicht immer gewertschätzt wird.

Bemerkenswert, aber auch stimmig stellt sich in diesem Kontext der Befund dar, dass die Jugendlichen ungestützt eine Differenzierung und gleichzeitige Gewichtung der Kategorien Leistung/Können (vgl. Kapitel 5.1.3a) auf der einen und Aussehen auf der anderen Seite aufmachen⁵¹. Dies äußert sich in vielfältigen Aussagen, denen gemeinsam ist, dass die Leistung der Kandidatinnen als zentraler und wertvoller beurteilt wird als deren Äußeres:

I: Also erst mal, was findet ihr gut an der Sendung?

[...]

KB2: Ja, und dass es nicht immer nur so ums Aussehen geht sondern auch um was sie

51 Eine ähnliche Hierarchisierung zeigt sich in den Aushandlungen zu eigenen Lebenswelten in Form der Gewichtung schönheitstechnologischer Modifikationen versus selbsthergestelltes Aussehen (vgl. Kapitel 5.2.1b).

wirklich können.

(Zeile 141-152)

K2: Und vor allem auch immer irgendwie so – ähm Energie also in dem Sinne, dass es richtig schöne Mädchen mit perfektem Körper gibt aber das sind einfach so Schlaftabletten und irgendwie so (Mund so hängen?) dass die auch richtig schnell rausfliegen obwohl sie vielleicht richtig schön wären aber – also dass sie irgendwie auch noch so richtig Lust dazu haben also das glaub ich

(Zeile 444-448)

T2: ich glaube nicht dass es [das Umstyling der Kandidatin Sihe, Anm. d. Verf.] wirklich etwas gebracht hat – das liegt einfach daran welchen Charakter sie hat und sie ist einfach still und zurückhaltend und dann ändern Haare auch nichts finde ich

(Zeile 376-378S)

I: Was denkt Ihr was bei Models, bei Germany's Next Topmodel oder bei DSDS⁵² vom Aussehen her wichtig ist?

W3: Das Verhalten glaube ich

W1: Auf jeden Fall ist das Verhalten wichtig

W2: Ich glaube das Aussehen ist nicht so die Sache

W1: Die Antwort und die Frage muss richtig sein – ich stell nicht einfach so eine Frage bei einer Ansprache zum Beispiel die man so unter Freunden bespricht zum Beispiel mit ((imitiert)) ey bin ich nun weiter oder bin ich nicht weiter? Man kann zum Beispiel so ((imitiert, freundlicherer Tonfall)) bin ich nun weiter? Können Sie mir jetzt sagen? So zum Beispiel jetzt ist es ne gute Anfrage – aber so ey und so spricht man nur unter Freunden zum Beispiel

(Zeile 305-314)

Es scheint, dass sich auch hier die im letzten Absatz beschriebene Überlappung von Reproduktionen der Vorzugslesart der Sendung und eigenen Einschreibungen abzeichnet. Die Befragten affirmieren offensichtlich eine in der Sendung vorgenommene Betonung von Leistung als zentral für Erfolg. Auf der einen Seite, da diese den eigenen Wissensordnungen entspricht. Diese Einstellung steht wie bereits ausgeführt vermutlich im Zusammenhang mit der Situierung des Geschehens in der öffentlich-professionellen Sphäre. Möglicherweise zeigt sich hier auch, dass die Mädchen gutes Aussehen als nicht ausreichend bewerten, um erfolgreich im professionellen Raum bestehen zu können. Darüber hinaus können diese Aussagen als Beleg der im letzten Abschnitt beschriebenen Befunde interpretiert werden, dass die Mädchen die Leistung der Kandidatinnen prioritär anhand deren Darstellungskompetenzen aneignen. Diese Meinung fügt sich stimmig ein in die Einschreibung der Mädchen in die neoliberale Logik der Gegenwartsgesellschaft: Leistung, als selbst Erarbeitetes und lesbare Zuschreibung an

52 Dass bei dieser Frage auf die Sendung *Deutschland Sucht den Superstar* referenziert wird, stellt die Ausnahme dar. Grund dafür war, dass in dieser Gruppe die Mädchen in ihren Aushandlungen kaum Interesse an *Germany's Next Topmodel* zeigten und stattdessen selbstreferenziell immer wieder auf *Deutschland Sucht den Superstar* zu sprechen kamen.

die eigene Selbstführung, ist hoch anerkannt. Sehr prägnant gibt diese Einschreibung die Antwort eines Mädchens aus der Weddinger Gruppe wieder auf die Frage, was Befragten an der Sendung gefällt:

W1: Ja wenn man weiter kommen will dann muss man auch äh – zulassen zum Beispiel mit den Haaren oder dem Outfit oder Umstyling – und nicht so rumheulen
(Zeile 90-91)

Eine spannende Facette stellt in diesem Kontext die »Figur« der Kandidatinnen, im Sinne der Zuschreibungen zwischen den Polen dünn und dick, dar. Die Figur ist wie sonst keine andere Komponente des Körpers eine Schnittstelle von somatisch-biologischen und selbst-bearbeitbaren Merkmalen. Die Fitness des Körpers bzw. das Dünn-/Dicksein stellt ein zentrales Moment dar, über das Disziplin, Leistungsbereitschaft und damit Selbstführung (de-)codiert werden. In *Germany's Next Topmodel* ist sie die einzige Komponente, die als eindeutiger Indikator für Selbsthergestelltheit im Sinne der Schönheitspraktiken gelesen werden kann. Allerdings erweisen sich Einstellungen und Meinungen zu Figur/Körpergewicht als schwierig beforschbar. Dies spiegelt sich auch in den Befunden dieser Arbeit wider. Die Ursache liegt darin, dass dieser Bereich so stark wie kaum ein anderer von öffentlicher Meinung, Wissen aus dem gesellschaftlichen Diskurs sowie entsprechend selbstwertdienlichen und sozial erwünschten Antworten geprägt ist. In den Aussagen der Mädchen scheinen alle diese Facetten verwoben. Daher ist es bei keinem anderen Aspekt wie diesem so schwierig zu bestimmen, ob und wenn ja in welchem Maße die Antworten der Mädchen die eigene oder die öffentliche Meinung widerspiegeln. In den Gruppendiskussionen auffällig ist, wie vielgestaltig das Thema Figur thematisiert und diskutiert wird. Verweise darauf fallen in den unterschiedlichsten Zusammenhängen. Die Aussagen der Jugendlichen erweisen sich dabei als sehr heterogen, sowohl im Inter-, wie auch im Intragruppen-Vergleich. Ein Bereich, in dem häufig das Dick- oder Dünnsein der Kandidatinnen diskutiert wird, findet sich in den Antworten auf die Frage nach Vergleichsprozessen. (Teilweise erfolgen die Referenzen auf die Figur ungestützt, teilweise wurde der Hinweis darauf in der Frage als Beispiel angeführt.) Die Mehrheit der Mädchen verneint die Frage nach (figurbezogenen) Vergleichen mit den Kandidatinnen. Auffällig ist, dass die Mädchen diese Aussagen fast immer mit einer Legitimation und/oder Rationalisierung verbinden. In einigen Fällen erfolgt dies im Rahmen einer Erklärung mit Verweis auf »die anderen«, die sich – im Gegensatz zu einem selbst – beeinflussen lassen würden. Damit im Zusammenhang erfolgt in vielen Fällen eine negative Abgrenzung in Form einer kritischen Einordnung des Medientextes bzw. der Modelbranche und der Verweis auf die eigene Medienkompetenz. Häufig beziehen sich die Mädchen in diesem Kontext auf einen Zusammenhang von Essstörungen und Rezeption der Sendung, der durch die gesellschaftliche Debatte und mediale Berichterstattung gängig und geläufig erscheint:

O3: Mmh ja, das ist auch das – auch krass, ich mein viele werden dadurch magersüchtig dass sie einfach nur so sein wollen wie die
(Zeile 341-342)

Das ist insofern ein aussagekräftiger Befund als auch Thomas/Stehling (2012) und Stehling (2015) in ihren Forschungen feststellen, dass die Zuschauerinnen bezüglich

Germany's Next Topmodel eine »negative Wirkung auf das Körperempfinden anderer« (ebd.: 235) thematisieren. Die Autorinnen erklären dieses Ergebnis als Reproduktion einer »vereinfachten Vorstellung von Medienkommunikation« (Thomas/Stehling 2012: 171) sowie mit der »Einbindung in den öffentlichen Diskurs um das Format« (Stehling 2015: 235). Diese Erkenntnisse wie auch Befunde aus dieser Arbeit lassen sich in einem Gesamtkontext des öffentlichen Verständnisses von Medien und deren »Machtwirkung« lesen. Dabei wird angenommen, die Wirkung betreffe nur *die anderen*. Demgemäß konstatiert auch Marschik (2008): »So lässt sich oft feststellen, dass Menschen den generellen Einfluss »der Medien« auf Gesellschaft und Individuen zwar hoch bewerten, doch zugleich von ihrer Fähigkeit zu einem »im Grunde« rationalen und autonomen Umgang mit Medien überzeugt sind.« Darüber hinaus scheinen in den Gruppendiskussionen in dieser Arbeit Distinktionsstrategien wirksam zu sein, mit denen sich die Mädchen von den konsensuell verhandelten negativ besetzten Einflussmöglichkeiten der »Medien« als selbst nicht manipulierbar absetzen wollen (vgl. Kapitel 5.1.2).

Auffällig in der Auswertung, da abweichend von den sonstigen Forschungsergebnissen, ist, dass die Befragten gelegentlich angeben, die Kandidatinnen als zu dünn zu empfinden. Diese Zuschreibung erfolgt auch in anderen Zusammenhängen, wenn es um konkrete Personen geht, meist um Prominente oder Stars. Immer verwenden die Mädchen diese Beschreibung im negativen Sinne, was sich exemplarisch an den Antworten aus der Steglitzer und der Kreuzberger Gruppe zeigt:

KB1: Weil, ich find die auch teilweise echt viel zu dünn. Denk ich mir so hm nee. ((lacht)) Ja.

KB4: Ich glaube, ich würde mir mehr also so körperl oder so vom Äußeren, wären die mehr so n Vorbild, wenn die irgendwie so kurviger wären [...] Also richtig oft denk' ich mir so, ey, sorry. Aber da fehlt irgendwie vorne und hinten was. Nee, ich find' dann überhaupt nicht attraktiv
(Zeile 565-576)

S3: Nee ich glaube nicht weil die sind alle so – - GANZ DOLL dünn – nee finde ich gar nicht schön, also ich persönlich würde mir jetzt kein Beispiel daran nehmen oder mich vergleichen
(Zeile 293-294)

Vermutlich spielt bei diesen Antworten die Übernahme der öffentlichen Meinung eine Rolle. In der gesellschaftlichen Debatte ist der »Schlankheitswahn«⁵³ seit einigen Jahren sehr präsent in Form vielfältiger Themen. Möglicherweise spiegelt sich hier aber auch

53 Neben Adipositas u. ä. ist seit dem letzten Jahrzehnt auch Dünnsein in der Öffentlichkeit viel diskutiert, bspw. über „Magermodels“ (u. a. in Zeit, Spiegel, Handelsblatt, Stern und Bunte) oder „Essstörungen bei Kindern und Männern“ (Ärzteblatt). »Schlankheitswahn« lautet die häufige Bezeichnung in der medialen Berichterstattung bzw. dem öffentlichen Diskurs, die als Schlagwort offensichtlich keiner weiteren Ausführung bedarf. Selbst eine Medizinzeitschrift wie das Ärzteblatt verwendet den Begriff (vgl. <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/89167/Politik-diskutiert-ueber-Gesetzesregelungen-gegen-Schlankheitswahn>, Stand 24.01.2019).

die Wahrnehmung zunehmender Diversität des Aussehens wider, die sich bei SängerInnen, SchauspielerInnen, InfluencerInnen & Co zeigt, und die die dünne Figur der Kandidatinnen für einige Befragte als abweichend-auffällig erscheinen lässt. Bemerkenswert ist die Heterogenität der Meinungen in diesem Bereich – denn demgegenüber stehen die Aussagen von Befragten, die die Kandidatinnen bei *Germany's Next Topmodel* dezidiert im Sinne von »nicht zu dünn« thematisieren.

Z3: Das find ich bei Germany's Next Topmodel zum Beispiel gut

Z1: Da sind die nicht so schlimm

Z3: Die sind alle dünner und flachen Bauch und SCHÖNE Beine aber – nicht – nicht MAGER

Z1: Das stimmt

Z2: Find ich völlig ok

Z3: Und gut dass sie's nicht sagen, ihr müsst dünner werden

Z1: Gut, da find ich's auch gut

Z4: Guckt Euch Marie-Luise an, die hat ne etwas breitere Hüfte, die hat auch ähm Oberweite aber sie ist trotzdem – angenommen worden und hat auch eigentlich ne gute Figur – aber die anderen sind ja so flach wie n Brett

Z1: Stimmt, es gibt viele überhaupt ohne Oberweite

(Zeile 717-727)

Häufig wird bei diesen Positionierungen im Hinblick darauf argumentiert, dass bei *Germany's Next Topmodel* »weibliche Kurven« inszeniert seien. Als Vergleichshorizont dient häufig die Modelbranche. Diese thematisieren die Mädchen größtenteils negativ assoziiert:

P2: Aber ich glaube die kommen, also diesem richtigen Topmodel – ideal, was ja so richtig ganz ganz dünn ist und was man ja so eigentlich auf den richtigen Modenschauen oder so sieht – die sind ja immer noch wesentlich dünner und – ähm teilweise glaub ich auch n bisschen größer – und – ähm – was die suchen ist glaub ich eher so n bisschen in Richtung Victoria Secret [...] Ja, schon eher weiblich – ja und vielleicht schon eher so n bisschen wie Heidi eben ist

(Zeile 530-537)

Die Bemerkungen in diesem Kontext lassen wie beschrieben auf Teilhabe am öffentlichen Diskurs schließen, in dem bspw. Aussagen geläufig sind, dass Models zu dünn seien, Magersucht in der Modelbranche verbreitet sei bzw. gefördert würde, Models für (junge) Mädchen schlechte Vorbilder seien u. ä. Im Vergleich dazu fallen bspw. in den Aussagen der Kreuzberger Gruppe (s. o.) gegenläufige Meinungen ins Auge. Die Befragten in dieser Gruppe verweisen explizit darauf, dass sie die Kandidatinnen bei *Germany's Next Topmodel* nicht attraktiv finden aufgrund des Mangels an Verweisen auf Weiblichkeit in Form von »Kurven hinten und vorne«. Insgesamt lassen sich die heterogenen Positionen in diesem Kontext so deuten, dass die Mädchen das Äußere der Kandidatinnen durchaus (als) vielfältig im Sinne von diversifiziert lesen. Die beschriebenen Referenzen der Befragten auf die Modelbranche legen den Befund nahe, dass auch hier vor allem die im Rahmen der Aneignung herangezogenen Vergleichshorizonte, vor denen die Mädchen die Kandidatinnen bewerten, entscheidend sind und

nicht zwangsläufig die dominante Lesart der Sendung. Zudem verweisen die Befunde darauf, dass keine eindeutig dominanten (Schönheits-)Ideale vorherrschen, die für alle Gruppen Geltung haben. Die beschriebene häufig auftretende Referenz auf »weibliche Kurven« lässt vermuten, dass die verschiedenen aussehensbezogenen Ideale im Zusammenhang mit Verweisen auf Weiblichkeit stehen. Dies wird gestützt durch die Auswertung der Daten zum Schönheitshandeln der Jugendlichen (vgl. Kapitel 5.2.1a).

Neben der Wahrnehmung insuffizienter Verweise auf Weiblichkeit zeigen sich weitere Begründungen, mit denen die Mädchen ausbleibende Vergleiche mit den Kandidatinnen erklären. Es ist auffällig, wie häufig diese Negation begründet wird mit dem Verweis der Kandidatinnen in einen Kontext, der nicht im Zusammenhang mit den eigenen Erfahrungsbezügen steht. Diese Aussagen fügen sich ein in die ausgeführte Erkenntnis dieser Arbeit, dass das Äußere der Kandidatinnen offensichtlich nur sekundär Bedeutung für die Befragten entfaltet, da die daran gekoppelten Praxen ohne Bezug zu den eigenen Erfahrungsbezügen und Relevanzsystemen empfunden werden. In diesem Kontext realisieren und verbalisieren die Mädchen möglicherweise partiell diese nicht vorhandene Relevanz sowie die Nicht-Referenzen. Möglicherweise spielt auch die Reproduktion der Vorzugslesart (ergänzend) und die eigene dezidierte Verortung als fachfremde Zuschauerinnen eine Rolle. Die Homogenität der Meinungen, die sich in vielen Aussagen abbildet, lässt vermuten, dass tatsächlich die eigene Ansicht der Mädchen durchscheint und kein »offizieller Sprachlaut« vorliegt. Exemplarisch dafür stehen die folgenden Aussagen aus verschiedenen Gruppen.

K3: Nee nur untereinander, wenn man das so guckt vergleicht man die schon mal so untereinander – was da jetzt besonders auffällig ist oder inwieweit sie sich ähneln oder so was aber jetzt nicht mit Freundinnen oder so, so höh du siehst ja aus wie die und die

(Zeile 518-520)

Z1: Also bei mir ist es nur ab und zu so, also ich finde man sieht das so oft in den Medien dass welche so extrem dünn sind und das wär zu deprimierend wenn ich da jedes Mal drüber nachdenken würde ((lacht)) das, so will ich auch aussehen – ähm – deswegen denk ich – nicht so oft darüber nach muss ich sagen

[...]

Z3: [...] aber jetzt ich denk jetzt irgendwie nicht, oah ich will da jetzt auch hin oder ooh kann ich nicht, klar denk ich boah eigentlich wär ich, fänd ich's schön wenn ich noch n bisschen dünner wäre oder n flachen Bauch aber [...] Ja eben das ist ja immer so, auch wenn ich andere Leute in der Schule sehe denk ich boah hat die ne tolle Figur

(Zeile 748-781)

P3: Ja du denkst dir schon so, oah die sind alle schon ziemlich dünn und so aber – wenn du dann so liest, Amelie macht sieben Mal die Woche Sport dann denkst du dir so ok – also man, also ich fühl mich jetzt nicht schlecht deswegen

(Zeile 629-631)

M1: Aber das vielleicht 10 Minuten und danach sagt man dann, ok ((lacht)) [...] Das

interessiert mich einfach nicht – wenn sie dünn ist dann ist sie dünn

[...]

M4: Also zwischendurch will man dann abnehmen oder so aber nicht weil die Models da draußen sind sondern weil man ein Oberteil anzieht und das sitzt nicht richtig und dann denkt man ok wenn das und das und das nicht wär dann ((lacht)) – das hat nichts mit den Models oder irgendwelchen Schauspielern zu tun

[...]

M1: Das sind STARS – das ist einfach ne andere – Generation

(Zeile 269-287)

Überwiegend streiten die Mädchen ab, sich auf der Vergleichsebene zum Äußeren der Kandidatinnen in Beziehung zu setzen, mit der Begründung, dass dieses für sie keine relevante Bezugskategorie darstellt. Angesprochen werden dabei häufig die speziellen Ansprüche und Anforderungen, denen Models und Medienpersonen unterliegen würden. Die Mädchen lesen die Kandidatinnen anscheinend vor dem Hintergrund eines spezialisierten, professionellen Raums, an dessen Anforderungen diese sich ausrichten und die wenig Anknüpfungspunkte und Bezüge zu den eigenen Lebenswelten haben. Die Erwartungen und Anforderungen dieses speziellen Subkontexts der öffentlich-professionellen Sphäre (vgl. Kapitel 5.2.1c) eignen die Jugendlichen in diesem Kontext offenbar als Distinktionsmomente an, die so die Unterschiede in Anforderungen und Werten der eigenen Lebenswelten und Erfahrungsbezüge akzentuieren. Entsprechend verorten die Mädchen sich hier losgelöst von der spezifischen Modellsphäre. Stimmig dazu lassen sich die Aussagen werten, bei denen die Mädchen angeben, sich eher mit Peers zu vergleichen als mit den Kandidatinnen. Bemerkenswert ist auch, dass die Mädchen die Herstellungspraxen und deren sichtbares Ergebnis in Form von Kleidung, Kosmetik usw. teilweise besprechen als nicht angemessen und unpassend für die eigenen Erfahrungsbezüge:

T1: Also ich glaub von diesen – alltagsmäßig hilft einem das auch gar nicht – also die sind ja immer auf verschiedenen Situationen – schminken oder so, und auch wie sie sich anziehen so würde ich mich nie in der Schule anziehen

(Zeile 396-398)

R4: Nee aber also das mit dem ich find so – dieses Schminktips kann man sich gar nicht so richtig abgucken, vielleicht bei diesem Friseurdings kann mich sich vielleicht irgendne Frisur abgucken aber – jetzt wenn die da geschminkt werden oder so was bei so nen Shootings find ich das ist ja viel zu krass also so kann man ja gar nicht draußen rumlaufen

(Zeile 406-409)

Z1: Ja und die Kleidung kann man sich meistens eh nicht leisten [...] Und man hat auch keinen Anlass so rumzulaufen meistens also

(Zeile 837-839)

Eine Ausnahme stellen die Aussagen in der Friedenauer und der Karlshorster Gruppe dar⁵⁴. In der Karlshorster Gruppe gibt ein Mädchen bei der Frage nach Vergleichsprozessen an, mit einem bestimmten Aspekt ihres Aussehens unzufrieden⁵⁵ zu sein und sich in diesem Bereich mit den Kandidatinnen in Bezug zu setzen. In der Friedenauer Gruppe sind es zwei der Befragten, die dies aussagen⁵⁶.

KH6: Doch. Finde ich schon. Also ich schon. Also ich mag halt meine Figur nicht so. Und dort sind ja immer alle sehr sehr dünn und sollen immer noch dünner werden. (?) Aber ich glaube das ist auch voll normal.

KH3: Ja ((Mehrere Befragte lachen))

KH6: Weil Mädchen wollen immer extrem extrem dünn sein. Wenn man ein noch dünneres Mädchen sieht will man noch dünner sein.

(Zeile 535-540)

F3: Also ich hab mich noch nie mit also auf jeden Fall so mit dem Körper hab ich mich noch nie bei denen verglichen. Da hab ich mich bei anderen Mediensachen eher verglichen als bei GNTM

F2: Nee, ich auch nicht

F4: Aber ich glaub vom Gesicht her ich schon

F3: Vom Gesicht her ja, auch was die Haut angeht so

F4: Nee, aber ich glaub, bei der Figur glaub ich bei mir auch

F2: Ja, bei mir auch viel eher die Figur als das Gesicht, weil ich immer dachte, ja, die sind alle so dünn und das ist eigentlich voll schön, die können alles tragen und sind immer schön [...]. Das war so mein Größtes irgendwie

F1: Besonders, also gerade weil ich halt auch angefangen habe GNTM zu schauen wo es halt mit der Pubertät angefangen hat und wo man auch gemerkt hat, okay man kriegt halt ne andere Figur. Und als Kind war halt ich halt einfach mega dünn so [...] Und ich glaub deshalb hab ich auch grade dann halt so das voll mir halt angeschaut und so gedacht so, hey, die bleiben so und warum bleib ich nicht so? Und sowas halt alles

F4: Ja, genau

F2: Das ist eigentlich richtig/richtig fies weil also meistens gucken das Mädchen dann am Anfang von der Pubertät, oder in der Pubertät [...] Und die sind ja sowieso schon

54 Beide Gruppen wurden 2017 befragt. Ob dies ein Zufall ist oder nicht, kann nicht beantwortet werden. Die Befunde deuten allerdings auf ein zufälliges Auftreten hin, da auch in Gruppen, die im Jahr 2011 befragt wurden, gelegentlich auf Vergleichsprozesse referenziert wird, bspw. in der Panower Gruppe.

55 Es lässt sich allerdings nicht automatisch daraus schlussfolgern, dass diese Mädchen die einzigen Befragten wären, die ihr Äußeres bzw. Teile davon defizitär wahrnehmen, und/oder dass das in direktem Zusammenhang mit einem Vergleich mit Medienpersonen steht. Denn in einem Großteil der Gruppendiskussionen verbalisieren Befragte Unzufriedenheit mit ihrem Aussehen, häufig im Rahmen der Aushandlungen zum eigenen Schönheitshandeln.

56 Auffallend sind hier die differenzierten Reflexionen sowie Bezüge, bspw. zum Einfluss, den das Alter oder die Gesellschaft in der Wahrnehmung der Mädchen auf die Bewertung des eigenen Aussehens hat. Dies lässt vermuten, dass die Befragten der Friedenauer Gruppe sich relativ intensiv mit dem Themenfeld auseinandergesetzt haben. Möglicherweise deutet dies darauf hin, dass die Aussagen neben den eigenen Empfindungen auch geprägt sind von öffentlichen Diskursen.

meistens alle irgendwie voll unsicher, so was ihren Körper angeht und ihr Aussehen und dann kommt noch so ne Show und sagt dann du musst so aussehen, wenn nicht dann

F3: Ich glaub es hängt auch ein bisschen darauf an was für Probleme in Anführungsstrichen man selber bei sich sieht. Ich hatte noch nie so n Problem mit meiner Figur, oder es war mir halt egal weil ich halt irgendwie nen guten Stoffwechsel hab oder so, aber zum Beispiel bei meiner Haut hatte ich dann schon eher Probleme und es hat einen dann auch irgendwie runtergezogen wenn man dann da also wenn man wirklich regelmäßig die Show sieht und dann regelmäßig jeden Donnerstag immer so perfekte Haut zum Beispiel und dann auch noch bei anderen Medien sowas sieht. Das zieht einen dann schon glaube ich in manchen Situationen runter

F4: Ja, bei mir war das halt das gleiche mit der Figur dass ich noch nie so zufrieden war und dann immer auch, ja so auch

F3: Und ich glaub, also ich glaub dass ich das auch gar nich- also ich glaub, bei mir war das auch gar nicht so, dass ich jetzt irgendwie während ich GNTM geschaut hab darüber nachgedacht habe. Sondern eher so, so allgemein darüber nachgedacht hab oder so. Und es kann auch irgendwie drei Tage später gewesen sein dass ich dann halt einfach gedacht habe, so Gott, du wirst gerade so fett so

F4: Ja nicht unbedingt

F1: Ja aber es beeinflusst einen halt trotzdem

F3: Ja, wirklich so halt unterm also ich glaub dass man das gar nicht so. Also man denkt ja nicht ja, ich bin so fett im Gegensatz zu den Models bei GNTM sondern einfach so dass man das Gefühl hat dass alle Mädchen die schön sind halt dünn sind

(Zeile 957-1001)

Zwei der Mädchen thematisieren die Figur bzw. das Thema Dick-/Dünnsein als zentralen Auslöser aussehensbezogener Vergleiche mit den Kandidatinnen. Damit im Zusammenhang bzw. als Resultat benennen beide Befragte, den eigenen Körper nicht nur während der Rezeption, sondern persistent als ungenügend und defizitär wahrzunehmen und offensichtlich längerfristig unzufrieden und/oder unglücklich mit diesem Aspekt des Aussehens zu sein. Ähnliches berichtet ein anderes Mädchen in Bezug auf ihre »Haut«. Auffallend ist, dass in beiden Gruppen die Aussagen zu Vergleichsprozessen partiell verallgemeinernd geäußert werden. Die Jugendlichen heben ihre Aussagen übereinstimmend auf eine umfassendere Ebene, indem sie angeben, sich generellen Vergleichsprozessen ausgesetzt zu fühlen, jenseits der Bedeutung, die *Germany's Next Topmodel* einnimmt. In diesem Rahmen analysieren die Jugendlichen sich und ihren defizitorientierten Blick auf bestimmte Aspekte des eigenen Körpers sehr reflektiert. Es wirkt so, als ob die Aussagen nicht spontan geäußert werden, sondern längerfristige Reflexionen dahinterstehen. Außerdem fällt auf, dass in beiden Gruppen die Positionierungen auf die allgemeine Gruppe der Mädchen bzw. Zuschauerinnen ausgeweitet werden. So gehen die Mädchen nicht von einem individuellen Problem aus, sondern von einem generalisierten. Diese Annahme kann sowohl aus dem öffentlichen Diskurs stammen oder aber aus dem persönlichen Umfeld, bspw. durch den Austausch mit Peers. Möglicherweise scheinen hierbei auch Strategien der Externalisierung durch, um das Problem nicht als eigenes zu manifestieren, sondern es zu einem allgemeinen

zu machen. Die Aussagen der Friedenauer Gruppe verweisen möglicherweise auf Wissen aus der öffentlichen Meinung oder medialer Berichterstattung, in der ein Zusammenhang zwischen Mediennutzung und bspw. Gewalttätigkeit und/oder Essstörungen meist als Selbstverständlichkeit gehandelt wird.

In den Aussagen der Mädchen bildet sich ab, dass sie die Inhalte und Inszenierungen von *Germany's Next Topmodel* als sehr wirkmächtig für sich selbst und teilweise auch für andere bewerten. Die negativen Gefühle, die die Befragten für ihre Aneignung thematisieren, scheinen intensiv zu sein und Leidensdruck zu erzeugen. Eine mögliche Interpretation der Tatsache, dass die beschriebenen Thematisierungen bei einem relativ geringen Teil der Befragten vorkommen, ist, dass für diese Mädchen das Leiden an dem jeweiligen Aspekt des Aussehens groß und dadurch sehr präsent ist und daher bei Positionierungen rund um das Thema Aussehen eher ins Bewusstsein rückt. Oder diese Befragten selektieren und rezipieren die Sendung – neben anderen Motiven – mit der (bewussten oder unbewussten) Intention, einen Abgleich mit dem eigenen Aussehen schaffen zu wollen und aktualisieren daher Vergleichsprozesse bei der entsprechenden Fragestellung eher als andere Befragte. (Aussehensbezogene Inszenierungen von) Medienpersonen stellen also möglicherweise dann einen relevanten Vergleichshorizont für die Rezipierenden dar, wenn das Bedürfnis besteht, eigene als defizitär wahrgenommene (aussehensbezogene) Merkmale mit anderen abzugleichen⁵⁷. Hier wird wieder einmal sichtbar, wie sehr Medienaneignung offensichtlich von rezipientInnenseitigen Variablen geprägt ist. Im Zusammenhang mit den Ergebnissen der Studie von Götz/Mendel (2016), die für Personen, die aufgrund von Essstörungen klinisch behandelt wurden, auf einen Zusammenhang der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* mit (der Entstehung von) Essstörungen hinweist, ließe sich ableiten, dass Personen, die eine (überdurchschnittlich) kritische Einstellung zu ihrem Körper, bestimmten Teilen davon (möglicherweise auch generell zu sich selbst) haben, stärker zu Vergleichsprozessen neigen und/oder Vergleichsprozesse sich langfristiger manifestieren. Die Befragten verbalisieren auch, dass sich dieser Abgleich nicht nur auf Medienpersonen bezieht. Als ergänzender wichtiger Befund lässt sich die Aussage aus der Friedenauer Gruppe heranziehen, »dass man das Gefühl hat dass alle Mädchen die schön sind halt dünn sind«. Die Wortwahl deutet darauf hin, dass hier eine eigene Meinung geäußert wird, die auf einer Metaebene eine häufig kritisierte gesamtgesellschaftliche Erscheinung berührt: Die starke Selbstverständlichkeit und Normalität, mit der Bilder in Werbung, Medien u. ä. gutaussehende – im Sinne eines gesellschaftlichen Konsens – Personen zeigen, die fast ausschließlich dünn sind. So wird alles andere, so die Kritik, als abweichend und deviant wahrgenommen, und offensichtlich entsteht der Eindruck, dass alle schönen Menschen dünn sind (siehe Zitierung oben). Eine ähnliche, bemerkenswerte Aussage

57 Im Zusammenhang mit den Ergebnissen der Studie von Götz/Mendel (2016), die für Personen, die aufgrund von Essstörungen klinisch behandelt wurden, auf einen Zusammenhang der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* mit (der Entstehung von) Essstörungen hinweist, ließe sich ableiten, dass Personen, die eine (überdurchschnittlich) kritische Einstellung zu ihrem Körper, bestimmten Teilen davon (möglicherweise auch generell zu sich selbst) haben, stärker zu Vergleichsprozessen neigen und/oder Vergleichsprozesse sich langfristiger manifestieren.

findet sich auch in der Tempelhofer Gruppe, in der eines der Mädchen auf die Frage antwortet, ob schöne Menschen wohl Vorteile im Leben haben:

T4: [...] auch wenn man die Werbung sieht mit den ganzen Models, wieso können die nicht normal aussehen, wieso müssen die so dürr sein – und ähm dass man sie sieht und gleich denkt sie sind glücklicher WEIL sie eher angesehen werden
(Zeile 646-648)

Daraufhin den Medien oder der Modelbranche eine Alleinschuld am »Schlankheitswahn« zuzuschreiben, ist ein häufiger Reflex auf die beschriebene Kritik. Dies wird allerdings der Komplexität des Phänomens nicht gerecht. Denn die inszenierten Bilder müssen genauso in ihren Verflechtungen mit sowie als Reproduktionen sozialen Wissens geprüft werden. (Zu weiteren Ausführungen sowie zu möglichen Konsequenzen und pädagogischen Forderungen, die sich aus diesen Befunden ergeben, vgl. Kapitel 6.)

5.1.4 Kritische Perspektiven – Von Kritik mit Vergnügen bis Empathie und Eigensinn

Wie in den bereits geschilderten Befunden sichtbar wird, macht sich in den Aneignungsprozessen der Mädchen eine starke Differenziertheit und Komplexität bemerkbar. Auch für die kritischen Positionierungen weisen die Befunde darauf hin, dass die Mädchen vielschichtig und nuanciert *verschiedene Arten von Kritik* aushandeln: Im Inter- und Intragruppenvergleich zeigt sich, dass die Befragten vielfältige kritische Positionierungen vertreten. Im Gesamtabgleich der Daten wird deutlich, dass diesen Positionen offenbar verschiedene, aber in sich kohärente Lesarten zugrunde liegen. Auffallend bei aller Vielfältigkeit der kritischen Positionen ist, dass diese sich dennoch begreifen und unterteilen lassen anhand dessen, wie »dicht« sie am Medientext bleiben. Denn damit im Zusammenhang zeigen sich offensichtlich charakteristische Emotionen, Folgeaussagen, weiterführende Reflexionen der Rezipientinnen. Daher erscheint es fruchtbar, die Aussagen auf dieser Basis induktiv in Kategorien zusammenzufassen und zu analysieren. Im Versuch zu systematisieren und dabei dennoch der Differenziertheit der Aussagen gerecht zu werden, unterscheidet diese Arbeit drei Typen kritischer Positionierungen⁵⁸. Die Auswertung weist darauf hin, dass diese unterschiedlichen Typen in Zusammenhang stehen mit dem Grad, in dem die Befragten die Sendung infrage stellen als »realistisches« Abbild des Modelbereichs und/oder der Leistungsvermittlung, und darüber offensichtlich Fragen nach der Glaubwürdigkeit des Medieninhalts verhandeln; oder aber, ob sie sich ergänzend und/oder darüber hinausgehend kritisch auseinandersetzen mit der Vorzugslesart, darüber die präsentierten Wissensordnungen reflektieren, partiell infrage stellen und eigene Perspektiven entwickeln. In Anlehnung an die verschiedenen Lesarten aus den Cultural Studies werden in dieser Arbeit die Formen kritischer Perspektiven bezeichnet als *ausgehandelte*, *oppositionelle* sowie *eigensinnige Kritik*. Als gemeinsames Kennzeichen der beiden erstgenannten Kategorien wird begriffen, dass sie sich im »Nahfeld« des Medientextes bewegen, ausgerichtet an

58 Natürlich lassen sich die Unterschiede nur auf analytischer Ebene trennen, in der Praxis finden Verflechtungen, Überlappungen, Widersprüche statt.

der Vorzugslesart stattfinden. Denn auch der Begriff oppositionell beinhaltet im eigentlichen Sinne – und so wird er im Rahmen dieser Arbeit begriffen –, dass sich die Aneignung an der dominanten Lesart des Medientextes orientiert, also ausrichtet. Die ausgehandelte wie auch oppositionelle Kritik ist also dadurch gekennzeichnet, dass sie im Radius der Sendung verhaftet bleibt – sowohl Verneinung als auch *Ab-Grenzung* beziehen sich ja immer noch auf ihr Signifikat, entstehen und existieren (nur) aus diesem, verbleiben quasi im Bereich des »un-«⁵⁹. Erst das »a-« löst sich – zumindest partiell – von seinem Objekt. Um die Möglichkeit zu haben, solcherart Kritik zu markieren, wird in dieser Arbeit als dritter Typ die *eigensinnige Kritik* begriffen. In der Auswertung werden solche Arten von kritischen Positionierungen als eigensinnig gefasst, bei denen die Mädchen reflektieren, dass der Medientext in seiner Gesamtheit bestimmte Ideologien nahelegt und darauf basierend weiterführende Wissensordnungen einbeziehen, kombinieren und so Ambivalenzen sichtbar machen. Hier entsteht Raum für potenziell Neues, Eigensinniges – neue Kritik, neue Gedanken, neues Wissen, neue Anwendungen desselben. Die Untersuchung von eigensinniger Kritik geschieht in dem Anliegen, grundsätzliche Infragestellungen der Wissensordnungen und Einschreibungen, die die Mädchen bei *Germany's Next Topmodel* wahrnehmen, zu verstehen – oder sogar mehr noch: die Anwendung und/oder den Transfer dieser Infragestellungen auf die gesellschaftliche Ebene eigener Erfahrungsbezüge und damit die Erkenntnis strukturell-systemischer Zusammenhänge nachzeichnen zu können. In diesen Formen der Auseinandersetzung liegt das Potenzial für kreative, eigensinnige Meinungen, die über die hegemoniale Lesart hinausgehen, und damit für ein Bewusstsein von und Infragestellungen der gesellschaftlichen Anrufungen. Im besten Fall lassen sich daraus pädagogische Konsequenzen ableiten – so das Anliegen dieser Arbeit, die davon ausgeht, dass Forschung nicht als Selbstzweck im »luftleeren Raum«, sondern im Praxisbezug ihre größten Qualitäten entfaltet.

Gemeinsamer Nenner der ausgehandelten sowie oppositionellen Kritik scheinen Aushandlungen zu Realistik und Authentizität von *Germany's Next Topmodel* zu sein, verstanden in dieser Arbeit als Gegenstück zu Inszenierung und Fiktionalität⁶⁰. (Selbstreferenzieller) Austausch dazu wird sichtbar in den Aussagen der Mädchen zu diversen Topoi, bspw. Sendungs-dramaturgien und Inszenierungen, Umgang der Kandidatinnen

59 Um Bezeichnungen zu finden, die präzise das Gemeinte widerspiegeln, wendet diese Arbeit eine Unterscheidung aus dem Bereich der Ethik an. Hier wird bspw. zwischen *unmoralisch* und *amoralisch* differenziert, um in der Lage zu sein, die *Perspektive* zu kennzeichnen, zu der in Bezug sich Normen, Urteile, Grundsätze verhalten (vgl. Birnbacher 2013). In diesem Sinne setzt unmoralisch »die Perspektive einer bestimmten Moral voraus, aus deren Sicht eine Handlung, Handlungsabsicht oder ein bestimmtes Urteil als moralisch verwerflich oder bedenklich beurteilt wird.« Amoralisch »setzt die Perspektive eines bestimmten Moralbegriffs voraus und beschreibt Handlungsmotive und praktische Denkweisen, die dadurch charakterisiert sind, dass sie moralische Normen [...] keinerlei Verbindlichkeit zusprechen, sondern sich stattdessen an anderen als moralischen oder an gar keinen Normen orientieren.« (Ebd.: 9)

60 Es ist zu vermuten, dass dies bei der Aneignung von Reality TV als semi-dokumentarischem Genre generell ein relevantes Thema ist. Darauf deuten die Gespräche der Befragten zu anderen Sendungen des Reality TV, bspw. *Deutschland Sucht den Superstar*, hin.

untereinander oder deren Erfolg im Anschluss an die Teilnahme an der Sendung⁶¹. Am häufigsten und deutlichsten zeigen die Befragten Kritik und Infragestellungen, wie bereits in den vorangegangenen Ausführungen zur Aneignung sichtbar wurde, zu Feldern, die mit dem inszenierten Charakter der Sendung zu tun haben. In diesen kritischen Perspektiven scheint dabei stets der Verweis auf das Auseinanderklaffen und die Widersprüchlichkeit durch, die genretypisch für das Reality TV ist: Die Sendungen geben vor, inhaltlich Authentizität, Realistik, Information und Nicht-Fiktionalität abzubilden. In einigen Bereichen aber nehmen die Mädchen anscheinend Inszeniertheit, Fiktionalität und Nicht-Authentizität wahr. Die Befunde legen nahe, dass diese Irritation ausgelöst wird, wenn die genretypischen Inszenierungsstrategien und Grenzübertretungen (vgl. Kapitel 3) in ihrer Sichtbarkeit einen bestimmten Grat überschreiten, und für die Mädchen dadurch die »Illusion« des Medientextes irritiert wird. Die Auswertung der Aussagen der Mädchen zeigt, dass die genannten Szenen häufig gruppenübergreifend übereinstimmen bzw. diese sich auf ähnliche Teile/Szenen der Sendung beziehen⁶², bspw. die Entscheidungssituation oder bestimmte Aufgaben. Allen genannten Episoden ist gemeinsam, dass die Mädchen deren »Übertriebenheit« thematisieren. Möglicherweise sind die Szenen so deutlich sichtbar und stark inszeniert, dass sie im Brechtschen Sinne verfremdet wirken und den Zuschauerinnen dadurch bewusst wird, dass sie »einer Fiktion beiwohn[en]« und damit, dass die Sendung »die Wirklichkeit ideologisch und institutionell überformt« (vgl. Online-Lexikon der Filmbegriffe⁶³). Mögliche Auslöser könnten bspw. die »Übererfüllung« (vgl. ebd.) narrativer Konventionen und/oder der visuellen Gestaltung sein, oder dass die Handelnden zu deutlich sichtbar eine Rolle spielen, mit der sie nicht identisch sind (vgl. ebd.). Dadurch brechen die Mädchen offensichtlich (partiell) mit der Vorzugslesart und stellen diese in Frage. Die Sendung dekonstruiert sich also möglicherweise selbst.

Auffällig ist, dass die kritischen Positionen auf verschiedene Arten der Aneignung⁶⁴ bzw. Reflexionen zum Medieninhalt verweisen, die sich jeweils einem der Kritik-Typen zuordnen lassen: Auf der einen Seite lassen sich Positionierungen konstatieren, die sehr nah an der Vorzugslesart der Sendung bleiben. In diesen Aussagen thematisieren die Mädchen zwar Inszeniertheit der Sendung für bestimmte Bereiche, distanzieren sich also offensichtlich von ihrer Involviertheit und von der nahegelegten Lesart. Die Kritik verbleibt aber i. d. R. auf diesen einen Bereich beschränkt. Bei anderen Aussagen dagegen wird deutlich, dass die Mädchen die Wahrnehmung von Inszeniertheit und

61 Da die medienseitige Analyse nicht Teil dieser Arbeit ist, d. h. da zur dominanten Lesart des Textes keine eindeutigen Aussagen gemacht werden können, kann genau genommen nicht klar unterschieden werden, ob die Kritik der Mädchen im Nahfeld der Sendung ausgehandelt oder oppositionell ist. Dass die Kritik *nicht* der Vorzugslesart von *Germany's Next Topmodel* entspricht, wird als selbstverständlich angenommen, da nicht zu vermuten ist, dass die Sendung sich selbst kritisch inszeniert.

62 Welche inhaltlichen und/oder formalen Aspekte als Auslöser funktionieren, lässt sich in dieser Arbeit nicht genau bestimmen, da dafür eine detaillierte vergleichende Analyse des Medientextes nötig wäre.

63 <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1582>, Stand 30.10.2018.

64 Möglicherweise stehen diese Lesarten auch im Zusammenhang mit den beiden unterschiedlichen Aneignungsmodi (Unterhaltung- und Orientierungssuche, vgl. Kapitel 5.1.2 und 5.1.3) und damit, wie stark die Mädchen den jeweiligen Modus suchen und aktualisieren.

Fiktionalität generalisieren und es darüber zu einer Infragestellung der Sendung per se bzw. deren Glaubwürdigkeit kommt. Erstere Form wird in dieser Arbeit als ausgehandelte Kritik konzeptualisiert. Diese Form kritischer Perspektivierung wird in der Auswertung mit Abstand am häufigsten sichtbar. Die dazugehörigen Aushandlungen gehen größtenteils über die Ebene der reinen Erkenntnis der Inszenierungsstrategien, der inhaltlichen und/oder formalen Charakteristika der Sendung, nicht hinaus. Bei der Rezeption beobachten die Mädchen anscheinend auf einer übergeordneten Ebene Regelmäßigkeiten im Verlaufe von Szenen, Folgen, Staffeln von *Germany's Next Topmodel* – primär zu mangelndem Realitätsgehalt und/oder mangelnder Authentizität –, die sie als Spezifika der Sendung erkennen⁶⁵. In der Auswertung fällt diesbezüglich auf, dass auch in Gruppen bzw. bei Befragten, die sich selbst nicht als Vielseherinnen bezeichnen, ein sehr detailliertes Wissen aus und zu der Sendung vorhanden ist⁶⁶. Es wird deutlich, dass im Rahmen ausgehandelter Kritik Erkenntnis und Wissen nicht dazu führen, dass die Mädchen *Germany's Next Topmodel* generell nicht mehr ernst nehmen würden – selbst wenn sie sich bei ihren Aussagen teilweise von der Sendung im Ganzen distanzieren. Sie leiten aus Einzelbeobachtungen Schlüsse ab, die sie auf die Inszenierungsstrategien der Sendung abstrahieren; dennoch bleibt diese Feststellung für die Mädchen offenbar auf der Ebene von Einzelphänomenen. Sprich: Nur weil sie in einem Bereich Inszeniertheit und Fiktionalität entdecken, überträgt sich diese Erkenntnis nicht auf die Aneignung der gesamten Sendung als inszeniert und fiktional. Teilweise wird deutlich, dass die Einsichten sogar Teil des Vergnügens bei der Rezeption bzw. Anschlusskommunikation darstellen. Sichtbar wird dies bei den Aussagen, die im Kapitel zur unterhaltungsorientierten Aneignung angeführt werden (vgl. 5.1.2). Exemplarisch dafür stehen Auseinandersetzungen mit der Sendung in der Gruppe aus Oberschöneweide, in denen die Mädchen die (Strategien der) Typenbildung benennen und beschreiben, sowohl in Bezug auf die Kandidatinnen als auch auf die Jury:

O6: Dann gibt's immer die die Ghetto – Ghetto

O3: Ghetto-Queen ((lacht))

O6: Ja wirklich, die mobbt sie die ganze Zeit ((imitiert)) öh die kriegt immer die besten Kleider und äh ich krieg immer nur das schlechteste

O5: Aber die gibt's in jeder Staffel die Ghetto-Queen die meint, ja ich bin die beste aber ich werd immer voll gedisst von allen und alle hassen mich – bei den letzten Malen war das diese eine die dann auch frühzeitig gegangen ist – die dann einfach mal keinen Bock mehr hatte

O3: Und die geht dann meistens von selber – das nervt voll

(Zeile 165-172)

O3: Warum ist Bruce eigentlich nicht mehr dabei? Der Schwarze war das doch

O6: Ja weil Heidi jedes Mal Neue sucht

65 Genau genommen ließe sich einwenden, dass eher eine Vorstufe von Kritik sichtbar wird, da eigentlich vor allem Reflexionen der Inszenierungen sichtbar werden, die zwar mit deren Infragestellung einhergehen, aber nicht zwangsläufig Ablehnung implizieren.

66 Natürlich lässt sich dieses Wissen auch zurückführen auf eine Teilhabe/-nahme am gesellschaftlichen Diskurs zur Sendung.

- O5: Weil er einfach mal nicht mehr in den (Stil?) gepasst hat
 O2: Na das ist doch Heidis S H O W da kann man die anderen nicht so
 O?: Der ist ALT – einmal durch ((lacht))
 O4: Ja oh Gott abgenutzt
 O5: Mädels es geht nicht, der ist abgenutzt
 ((Mehrere Befragte lachen))
 O5: Muss Frischfleisch her – aber Jorge ist auch nicht unbedingt Frischfleisch
 (Zeile 194–202)

Ähnliche Aussagen, die auf ein Erkennen der stereotypen Inszenierungen hinweisen, finden sich auch in der Friedenauer Gruppe⁶⁷.

F4: Ja ich fand auch vor allem also ich hab das ja jetzt ein paar Mal geschaut so, oder halt Teile geschaut oder so und ich fand vor allem dass man halt einfach so viele Charaktere irgendwie schon so tausendmal da hatte. Also irgendwie sowas, so Charakterzüge die man echt wiedererkennt von früheren Kandidatinnen, wo man echt so denkt so, ja das ist jetzt irgendwie so genau

F1: Kennen wir schon

F4: Ja, kennen wir schon. Die eine die immer so total nett ist und auf einmal ist sie ne total Zicke, weißt du es ist so, das gibt's schon tausend Mal so und deshalb hab ich jetzt auch keine irgendwie wo hier denke

[...]

F1: Aber ich glaub, das ist bei also bei vielen so, weil ich hab also auch bei anderen Mädchen jetzt aus unserer Schule, ähm, war das auch so, die konnten sich die Namen auch nicht merken, man hat sich einfach keine Mühe mehr gegeben

(Zeile 368–380)

Die Erkenntnisse sind offensichtlich Bestandteil des Sehvergnügens. Kritischen Aussagen wie »das nervt«, »das finde ich blöd« scheinen auch Komponenten inhärent, die auf Lust und Freude an der eigenen kompetenten Rezeption der entsprechenden Medieninhalte hindeuten. Es wird deutlich, dass das rationale Wissen um die Inszenierungsformen und damit partiell einhergehende Erkenntnisse zur Fiktionalität der Sendung dem Vergnügen am Sich-unterhalten-lassen kaum Abbruch tun. Insofern bietet diese Lesart anscheinend Potenzial zum Austausch, zur lustvollen Aushandlung, in dem die Mädchen in der Distanzierung Gemeinschaft erfahren, involviert und vereint in der Kritik sind. Wie im Kapitel zur unterhaltungsorientierten Aneignung beschrieben, ermöglicht die explizite Benennung des Bewusstseins um Sendungs-dramaturgien und Intentionen des Formats offensichtlich ein Gefühl für den eigenen Wissensschatz und die eigene (Medien-)Kompetenz und damit verbunden der lustvollen Überlegenheit. Der betont ironische Umgang gestattet den Zuschauerinnen, ihre Sehlust ohne schlechtes Gewissen auszuleben.

67 Im Vergleich dieser Aussagen mit den weiter unten aufgeführten aus derselben Gruppe wird außerdem exemplarisch der Befund sichtbar, dass sich die Mädchen offensichtlich zu verschiedenen Teilbereichen der Sendung unterschiedlich positionieren – ohne dies als konfligierend wahrzunehmen.

Daneben werden auch Fälle ausgehandelter Kritik sichtbar, bei denen die Wahrnehmung der eigenen (Medien-)Kompetenz nicht Vergnügen und Unterhaltung an der Rezeption bestärkt, sondern eher zu Indifferenz führt. Teilweise beziehen sich die Aussagen auf konkrete Situationen, teilweise handeln die Mädchen auf einer allgemeinen Ebene aus. Gemeinsam ist auch diesen Aussagen, dass die Auseinandersetzung dennoch nicht dazu führt, dass die Sendung an sich infrage gestellt würde. Bei der folgenden Aussage eines Mädchens aus der Pankower Gruppe zeigt sich exemplarisch, wie die Mädchen Kritik anhand einer konkreten Situation besprechen und daraus dann »induktiv« allgemeine Schlüsse ableiten:

P1: Ich find dann so beim Entscheidungstag da legen die sich auch immer richtig viel zurecht, also ich glaub es steht dann immer schon mindestens am Anfang der Woche schon immer fest wen sie nach Hause schicken wollen, das zum Beispiel das ist mir neulich mal richtig aufgefallen – also eine Folge – diese Anna-Lena, da haben sie sie mal richtig fertig gemacht wie sie so gelaufen ist, irgendwie dass sie immer so ihre Schultern so zurücknimmt und dann ihre Arme nicht bewegt und alles und dann – also letzte Folge hab ich mal wieder geguckt und dann – also ich find sie ist wirklich haargenau so gelaufen wie als sie sie kritisiert haben und meinten, oah diesmal war's richtig super, ja du hast solche Fortschritte gemacht, und ich dachte wirklich nur ((lacht)) ja also ok diese Woche soll sie dann weiterkommen und deswegen sagen sie's jetzt dann auch so

(Zeile 403-412)

Exemplarisch für kritische Aushandlungen, die auf einer allgemeinen Ebene operieren, stehen die Aussagen in der Friedenauer und Tempelhofer Gruppe:

T?: Also ich habe mal angefangen es zu gucken als es irgendwie neu war, da war's ja irgendwie mit den Castingsendungen auch noch – was anderes und da war's ja irgendwie auch noch interessant und die Challenges waren neu aber im Prinzip machen sie jede Staffel genau das gleiche und irgendwie dann nach dem Dritten hab ich dann das Interesse verloren

(Zeile 12-15)

F1: Aber man merkt halt auch die Mädchen gehen nicht mehr so naiv in die Show. So in den früheren Staffeln waren die halt wirklich noch so dass man denen was beibringen konnte oder Heidi ihnen was beigebracht hat. Und jetzt halt so sind voll abklärt, die wissen schon was kommt und so. Und deswegen ist es auch irgendwie nicht mehr so spannend

(Zeile 164-167)

Auch hier wird trotz scheinbarer Distanzierung deutlich, dass die Mädchen nicht so sehr die Sendung selbst kritisieren. Sie interpretieren eher die eigene Erfahrung und daraus resultierende (Medien-)Kompetenz als ursächlich für das Desinteresse. Das Dargestellte halten sie anscheinend nichtsdestotrotz für authentisch. Bemerkenswert ist an den Ausführungen aus der Friedenauer Gruppe, dass sich die beschriebenen Veränderungen der Kandidatinnen im Laufe der Staffeln von *Germany's Next Topmodel* auch lesen lassen als Beschreibung der eigenen Aneignung. Auch die Häufigkeit der Rezep-

tion der Sendung, insbesondere im Verlauf mehrerer Staffeln, kann offensichtlich dazu führen, dass die Mädchen sich der Inszenierungsstrategien der Sendung bewusst werden. Untrennbar damit verbunden ist vermutlich auch das zunehmende Alter der Mädchen über mehrere Staffeln hinweg (vgl. Kapitel 5.1.1), das zur Wahrnehmung von sich wiederholenden Charakteristika der Sendung führt. Hier einordnen lassen sich auch Aushandlungen zur Entwicklung der Kandidatinnen im Anschluss an *Germany's Next Topmodel* und/oder in Folge der Teilnahme. Diese Aussagen sind auffallend aufgrund der Häufigkeit und Vielgestaltigkeit ihrer ungestützten Thematisierung in einem Großteil der Gruppendiskussionen:

G3: Naja, ich find manches ist übertrieben – so wo die dann, die mussten letzte Sendung am Strand laufen mit so – Holzbrettern, da mussten die rüberlaufen mit so großen Schritten, das fand ich so n bisschen, also ich glaub nicht dass das die jetzt so weiterbringt – also ob denen das wirklich was bringt im späteren Modelleben bezweifle ich weil von den anderen die gewonnen haben hört man ja auch nichts mehr – die haben da ja die Kampagne mit C&A gewonnen und kriegen dann dadurch diese ersten Fernsehauftritte und mehr hört man auch nicht von denen, also ich glaub nicht dass das jetzt SO viel bringt
(Zeile 125-131)

M2: Im Endeffekt ist jedes Modell bis jetzt Moderatorin geworden
(Zeile 166)

O1: Aber ich find man merkt auch die die gewinnen die sind ja auch nicht wirklich berühmt danach, man nennt die alle immer Topmodel und so, da gibt's viel mehr Models die berühmter sind
(Zeile 361-363)

Hier scheint Kritik und Überlegenheitsgefühl zu entstehen aus der Infragestellung des Erfolgs der Kandidatinnen in Kontexten »außerhalb« von *Germany's Next Topmodel*. Die Häufigkeit, in der die Mädchen dieses Thema ansprechen, lässt sich deuten als Marker für die Relevanz von Erfolg und Anerkennung sowie als Auseinandersetzung mit den »Anforderungen der Leistungsgesellschaft« (Wegener 2008a: 347). Anhand dieser Aussagen wird darüber hinaus sichtbar, dass die Erkenntnisse und Zweifel der Mädchen in Bezug auf diesen Bereich nicht – bzw. nur selten und in Ansätzen – zu einer Infragestellung der Sendung und ihrer Glaubwürdigkeit führen.

Bei anderen Reflexionen zu den Spezifika von *Germany's Next Topmodel* gehen mit Langeweile und Überdruß dagegen Aushandlungen einher, die verbunden sind mit einer distanzierten Positionierung sowie generalisierter Abgrenzung und Ablehnung der Sendung. Diese kritische Lesart wird als oppositionell gefasst. Hier wird eine Abstufung im Vergleich zur ausgehandelten Kritik sichtbar: Die Befragten reflektieren ihre Erkenntnisse offenbar auf einer Metaebene und daraus resultierend eine generelle Inszeniertheit der Sendung. Damit im Zusammenhang äußern die Mädchen Zweifel an der Realistik des Gezeigten und der Glaubwürdigkeit der Sendung. Der oppositionellen Kritik inhärent ist, dass die Mädchen ihre Kritik umfassender und als Ganzes zur Sendung in Bezug setzen, die Infragestellungen nicht mehr als Einzelphänomene

betrachten und damit im Zusammenhang die Glaubwürdigkeit und Plausibilität der Sendung an sich in Zweifel ziehen. Oppositionelle Kritik tritt der Auswertung zufolge nur gelegentlich auf. Beispielhaft für diese Form der kritischen Positionierung steht die folgende Auseinandersetzung der Befragten der Pankower Gruppe mit den Entscheidungskriterien zur Wahl der Gewinnerinnen. Hier zeigt sich deutlich ein Bewusstsein der »Entstehungs- und Verwertungsbedingungen« (Lünenborg/Töpfer 2011: 41) von *Germany's Next Topmodel*.

P2: Aber ich glaub die passen auch auf, dass sie – nacheinander in den Staffeln nicht die gleichen Typen suchen – also – am Anfang hatten sie ja Lena Gercke, so das blonde deutsche Mädels, und dann hatten sie irgendwann Sara, der dunkle exotische Typ und oder die roten Haare mit Barbara oder so

P1: Ich fand das war auch, ich glaub das war als Alisar gewonnen hat, da war auch noch eine im Finale, die hatte wieder – kurze blonde Haare und irgendwie wusste man schon vorher

Γ nee das wird die nicht

L P3: Die wird nicht gewinnen

P1: Weil man hatte eben schon Lena und man, es hatte ja noch eine mit kurzen Haaren –

Γ I: Diese Jenny

L (P3?): Jenny oah stimmt, oh Gott

P1: Und dann ist klar, dann hatten sie zwar Sara dazwischen aber dann nehmen sie nicht schon wieder so eine, also irgendwie war schon von vorneherein klar dass sie nicht gewinnt – na ja – und ich glaub Hanna war die andere oder? [...] Und ich find Hanna konnte man irgendwie auch ausschließen? Weil ich glaub die nehmen jetzt nicht zwei Rothaarige innerhalb von vier Staffeln

(Zeile 553-568)

Eine ähnlich Aussage, die die Auswahlprozesse in *Germany's Next Topmodel* reflektiert und bei der sich eine Infragestellung der Intention der Sendung zeigt, findet sich auch in der Friedenauer Gruppe:

F2: N Charakter haben der auffällt, irgendwen anzicken [...] also alles was gute Quoten einbringt hält dich eigentlich in der Show, nicht das was du kannst sondern was du, welch-, was die Zuschauer von dir also von dir erwarten und das ist es eben. Da hat die Show auch seine Seriosität dann auch verloren einfach weil kann man ja auch nicht mehr glauben dann was da so abläuft

(Zeile 354-357)

Wie bereits ausgeführt kann auch die Häufigkeit der Rezeption und/oder Zeitspanne über mehrere Staffeln hinweg auslösend für Kritik wirken⁶⁸, wie sich beispielhaft in der Friedenauer Gruppe zeigt:

68 Eine weitere bzw. ergänzende Erklärung ist, dass die Reize und Stimuli, an die die Jugendlichen durch die zeitgenössischen Medien gewöhnt sind, sehr stark sind. Die verbalisierte abnehmende Sehnsucht an der Sendung wäre damit als Gewöhnungseffekt auf einer allgemeineren Ebene zu sehen.

F4: Na ich find's halt auch so krass dass man halt auch, also ich weiß nicht, ob's jetzt an dem Alter liegt, oder an den Staffeln einfach, dass die halt jetzt so schlechter werden oder so, aber man merkt halt echt irgendwie, dass das halt das einfach alles echt Show-Business ist. Also ich weiß nicht, ob's wirklich daran liegt, dass wir älter geworden sind

F1: Das Konzept ist abgenutzt. ((Mehrere Befragte zustimmend))

F4: Man merkt halt echt so, dass bestimmte Streitereien so nach außen so krass irgendwie, also auch zum Beispiel vor der Werbepause immer hier so Vorschau kommt und dann halt immer so die Zickereien so zusammengestellt werden, dass es halt total krass wirkt und dass man dann natürlich weiterschaut und so. Und dann kommt am Ende raus, ja, okay, war jetzt auch nicht so.

(Zeile 153-163)

Beim Vergleich der Diskussionspassage der Friedenauer Gruppe mit den Aussagen aus der Oberschöneweider Gruppe (s. o.), bei denen Letztere sich ebenfalls mit der Typenbildung der Kandidatinnen beschäftigen, werden die Unterschiede zwischen der ausgehandelten und oppositionellen Lesart besonders evident. Die Oberschöneweider Befragten besprechen die Stereotypen ebenso medienkompetent wie die Friedenauer, allerdings mit deutlichem Vergnügen daran. Die Friedenauer Befragten dagegen zeigen sichtbar Anzeichen von Distanziertheit und Abgrenzung. Bei oppositioneller Kritik wird deutlich, dass die Erkenntnisse der Mädchen in Bezug auf die jeweiligen Bereiche von *Germany's Next Topmodel* weniger lustvolle Überlegenheit hervorrufen. Vielmehr führt »das reflexive Vermögen, die Entstehungs- und Verwertungsbedingungen dieser Formate analytisch zu durchschauen« (ebd.) zu Distanz. Die Befunde verweisen darauf, dass sich die Mädchen vom Medientext lösen, da ihnen bewusst wird, dass sie einer Fernsehsendung folgen. Sie generieren infolgedessen Infragestellungen von Authentizität, Nicht-Fiktionalität und Informationsgehalt der Sendung. Der Medientext bewegt sich dabei offenbar für die Aneignenden auf einem äußerst schmalen Grat. Denn die dramaturgischen Mittel, Intimisierung, Personalisierung, Stereotypisierung, Emotionalisierung, Dramatisierung (vgl. Klaus/Lücke 2003), stellen ja wie bereits ausgeführt auch Teil des Reizes dar, den die Sendung auf der unterhaltungsorientierten Ebene für die Zuschauerinnen hat – aber eben nur, wenn sie nicht zu stark (sichtbar) wahrgenommen werden. Mit dieser Wahrnehmung erscheint für die Mädchen eine Art Dekonstruktion ihrer Illusion verknüpft, die zu einer Enttäuschung führt, dass die Sendung einen Anspruch auf Realismus erhebt, den sie nicht einhält. Es wirkt, als würden die Mädchen der Sendung vorwerfen, sie manipuliert zu haben, so dass sie die Authentizität des Gesehenen zu Unrecht angenommen haben, ähnlich einer persönlichen Täuschung. Darauf basierend scheinen die Mädchen eine negative Bewertung des Gesehenen zu aktualisieren. Das verweist darauf, dass die Inhalte von *Germany's Next Topmodel* bei einer Aneignung im Modus der Orientierungssuche dann einen Wert für die Mädchen haben, wenn sie als authentisch, wahrhaftig, realistisch und damit glaubwürdig wahrgenommen werden. Die Befunde lassen vermuten, dass diese Reflexionen stark an das Alter gebunden sind, da sie in den Vergleichsgruppen mit Grundschülerinnen nie zur Sprache kommen. Zudem lassen sich in der Kritik der Mädchen an der mangelnden Realistik vielfach Assoziationen von Banalität und Trivialität im Sinne einer Boulevardisierung (vgl. Kapitel 3) identifizieren (durch die Reality TV auch in der öffentlichen Meinung

stark gekennzeichnet ist⁶⁹). Insgesamt sprechen die Aushandlungen im Rahmen der oppositionellen Kritik dafür, dass die Erwartungshaltung oder sogar der Anspruch an das Reality TV anders ist als an Medientexte, die dezidiert fiktional sind – und das obwohl die Mädchen wie bereits beschrieben häufig darauf verweisen, um den inszenierten Charakter der Sendung zu wissen.

Bemerkenswert dabei ist, dass die Befragten zwar, wenn sie Kritik äußern, auf der manifesten Ebene Abstraktionen sowie Infragestellungen des »Wahrheitsgehalts« der Sendung verbalisieren und sich von der Sendung *generell* distanzieren. Demgegenüber deuten aber die Befunde darauf hin, dass die Mädchen in ihren sonstigen Aushandlungen – jene also, bei denen keine Infragestellungen »getriggert« werden durch die Wahrnehmung des inszenierten Charakters der Sendung – das Gesehene häufig ernst nehmen und offensichtlich als glaubhaft bewerten. Die an anderen Stellen geäußerte Kritik und Lösung von der dominanten Lesart der Sendung wirken dann der Reflexion entzogen. Dementsprechend nehmen die Befragten ihre teils widersprüchlichen Aussagen nicht als konfligierend wahr. Bei ausgehandelter oder oppositioneller Kritik stehen die Befragten dem Medientext also zwar kritisch gegenüber, aber bleiben dennoch »im Radius« der Sendung. Beiden Arten von Positionierungen ist gemein, dass sie zwar Inszenierungsstrategien wahrnehmen und kritisieren und/oder die Fiktionalität der Sendung und damit einhergehend partiell Realistik und Wahrheitsgehalt der Sendung infrage stellen. Dennoch ist evident, dass die Mädchen nicht den Wahrheitsgehalt der präsentierten Wissensordnungen anzweifeln. Dies lässt sich so deuten, dass die Mädchen sich eigentlich in die Vorzugslesart der Sendung einschreiben, selbst wenn sie sich von der Sendung abgrenzen. Sie gehen also zu der Sendung in Opposition, aber nicht zur hegemonialen Lesart dieser auf der Metaebene. Als Erklärung dafür liegt nahe, dass die hegemoniale Lesart soziale Realitäten und machtvollen gesellschaftlichen Anrufungen reproduziert und damit anschlussfähig ist für die Erfahrungsbezüge der Mädchen aus eigenen Lebenswelten. Nicht sag- und/oder denkbar bleibt dabei anscheinend strukturell-systematische Kritik an den inszenierten Werten und Ideologien. Als solche wird die dritte Art von Kritik, die sich in Ansätzen in einigen (wenigen) Fällen in der Auswertung herauskristallisiert, begriffen. Diese wird als *eigensinnige Kritik* bezeichnet.

Sichtbar werden eigensinnige kritische Positionierungen in Aussagen der Mädchen, die widersprüchlich zu ihren sonstigen Aushandlungen und/oder zum gruppenübergreifenden Konsens stehen. Bemerkenswert ist das hohe Maß an Empathie, Mitgefühl und Solidarität, das allen diesen Aussagen inhärent ist. Auffällig aufgrund von Quantität und Qualität zeigt sich das bei Aushandlungen zur Auseinandersetzung der Kandidatinnen mit den JurorInnen. In deutlicher Differenz zur unterhaltungs- aber auch zur

69 Die Annahme, dass diese Verweise ins »Reich des Banalen« nicht jede Art von Medien betreffen, legen die Antworten zur Fragedimension Online-Medien nahe, in denen die Befragten andere Bewertungshorizonte erkennen lassen, die deutlich positiver assoziiert sind. Dies wird deutlich bspw. dadurch, dass weniger Distanzierungen gezeigt werden, die Häufigkeit der Nutzung sogar betont wird und ausführliche Aushandlungen zur eigenen Nutzung zum Tragen kommen. Alle der in 2017 Befragten besitzen Accounts in sozialen Netzwerken und Microblogs und erstellen via Instagram o. ä. eigene Profile mit Bildern und Videos.

leistungsorientierten Aneignung der Sendung reflektieren die Befragten insbesondere anhand der Entscheidungssituation die Anforderungen an die Kandidatinnen sowie den Umgang der Jury mit den Kandidatinnen⁷⁰. So sehr konkurrenz- und leistungsorientiertes Verhalten im Großteil der Aushandlungen als normalisiert und positiv besetzt erscheint, werden partiell diese Narrative unterlaufen. Insbesondere wenn es um Situationen geht, in denen die Kandidatinnen Druck ausgesetzt sind durch Autoritäten, bspw. durch die Jury, zeigen sich teilweise Aushandlungen, in denen die Befragten ein hohes Maß an Empathie, Sympathie und Verständnis zeigen⁷¹. Die Befragten besprechen das Verhalten in meist sehr persönlichen Auseinandersetzungen als nicht angemessen, unfair, zynisch, herablassend gegenüber den Kandidatinnen⁷². Exemplarisch dafür steht das in diesem Kontext häufiger fallende Wort »gemein«. Insbesondere sichtbar wird das in den Aussagen zur sogenannten Entscheidungssituation in der Sendung. Beispielhaft dafür stehen die Aushandlungen in der Oberschöneweider Gruppe:

I: Und was findet Ihr was die Jury sagt?

O5: Gemein!

[...]

O1: Also manche Sachen finde ich total ungerecht wenn sie jetzt auf einen, ja und diese Woche war es so extrem schlecht, ich meine jeder hat mal so eine Phase wo er mal nicht perfekt drauf ist

O3: Aber nicht bei Germany's Next Topmodel

O6 ((lacht)): Das geht doch nicht

O3: Da muss man immer perfekt sein

O1: Und ähm ich find das einfach nicht gut dass die die Mädels dann auch so fertig machen und wenn du die ganze Zeit zu hören bekommst, ja das war doch aber schlecht ABER – du bist gerade noch so weiter und du musst dich nächste Woche anstrengen und ich denke wenn du schon in so ner Situation bist, du bist woanders, du bist mit lauter Leuten zusammen die du nicht kennst, vermisst vielleicht deine Familie, hast noch den Stress dass du täglich gut aussehen musst, zu irgendwelchen Jobs rennen musst, dich bemühen musst

(Zeile 453-468)

Sichtbar wird hier viel Sympathie für die Kandidatinnen und Einfühlungsvermögen in deren Situation, das über das in der Sendung Gezeigte hinaus geht. Die Befunde ver-

70 Eine mögliche Ursache für diese Sichtweise kann natürlich auch die Einbindung in den öffentlichen Diskurs zu Castingshows sein, in dem der Umgang der Jury mit den Kandidatinnen immer wieder kritisch thematisiert wird.

71 Diese Aushandlungen sind nicht die Regel. Häufig wird der Umgang der Jury mit den Kandidatinnen nicht thematisiert, in anderen Gruppen wird dieser entlang der dominanten Lesart decodiert, und die Kritik der Jury als angemessen, professionell und sachlich-versiert gedeutet.

72 In dieser Deutlichkeit wird die Kritik nicht in den Gruppendiskussionen aus 2017 thematisiert. Da in dieser zweiten Erhebung deutlich weniger Befragungen durchgeführt wurden, kann diese Tatsache auch eine zufällige Abweichung darstellen. Eine mögliche Erklärung dafür könnte weiterhin sein, dass der Medientext selbst bzw. die entsprechenden Narrationen und Inszenierungen der Jury sich zwischen 2011 und 2017 geändert haben in dem Sinne, dass die Sendungs-dramaturgien und Skandalisierungen in der Entscheidungssituation reduziert wurden.

weisen darauf, dass diese Decodierungen vor allem da entstehen, wo die Jugendlichen Anbindung an eigene Erfahrungen herstellen. Die Aussage »jeder hat mal so eine Phase, wo er mal nicht perfekt drauf ist« deutet daraufhin, dass das Thema bei der Zuschauerin resoniert, sie Parallelen zu eigenen Lebenswelten zieht und Verständnis und Solidarität entwickelt. Daraus resultiert offensichtlich die Empfindung einer unangemessen-ungerechten Behandlung der Kandidatinnen. Die Befunde lassen vermuten, dass damit im Kontext die Wahrnehmung für Zwänge und Druck geschärft wird, die das Mädchen im Anschluss an die JurorInnen-Kritik in ihrer Aussage entfaltet. Hierbei thematisiert sie mit Leistungsdruck, der Einsamkeit der Kandidatinnen, den Zwängen »tätlich gut aussehen zu müssen« (s. u.) Aspekte und Zusammenhänge, die ansonsten so gut wie nie angesprochen werden, d. h. unreflektiert bleiben. Vermutlich resultieren diese Leerstellen und Nicht-Thematisierungen – neben der Vorzugslesart der Sendung – aus der Verortung der Sendung im öffentlich-professionellen Raum und im für selbstverständlich genommenen konkurrenzialen Gefüge.

Eigensinnige Kritik geht offenbar häufig einher mit hoher Intensität, Emotionalität, Involviertheit, affektiven Reaktionen. Dies lässt sich als Basis identifizieren dafür, dass die Aushandlungen »eigene Wege« gehen. Dann entstehen Infragestellungen, die den Befunden zufolge getragen sind durch Parallelen zu eigenen Erfahrungsbezügen und dadurch Mitfühlen, Empathie, Identifikationen erzeugen. Bspw. in den eigensinnig-kritischen Aussagen der Befragten zu den Jurymitgliedern zeigt sich, dass sie sich wünschen und erwarten, dass die JurorInnen in ihrer Rolle als MentorInnen für die Kandidatinnen über die professionelle Betreuung hinaus sorgen und sich um sie kümmern. Hier bildet sich eine Vermischung der fachlich-professionellen sowie privat-persönlichen Ebenen bzw. Räume ab. Die partielle Einfühlung in die Situation der Sendungsteilnehmerinnen als anstrengend, fremdartig, einsamkeitsbesetzt führt offensichtlich dazu, dass die Befragten emotionale Fürsorge als wünschenswert oder gar angemessen-selbstverständlich verbalisieren⁷³:

K4: Also ich hab ehrlich gesagt die letzten Staffeln auch nicht SO geguckt weil – weil ich immer fand dass die Mädchen so scheiße behandelt wurden – auch von der Jury auch richtig runtergemacht wurden, vor allen anderen erniedrigt wurden und dann Sachen machen müssen die einfach total UNNÜTZ sind wo man weiß dass als Model man das NIE machen muss und trotzdem müssen sie sich vor ihren ganzen (Ängsten) dann bloßstellen muss und so
[...]

K2: Das find ich auch. [...] Also zum Beispiel in der jetzigen Staffel war doch, das hab ich einmal gesehen wo sie einmal wirklich, das war so ein 65 Meter hohes Ding und irgendwie ein so kleines schmales Ding da mussten sie laufen

K1: Das schafft doch nicht jeder

K2: Und wirklich wenn man Höhenangst hat dann traut man sich das auch einfach wirklich nicht und dann sagt Heidi ((imitiert)) Ja manche haben einfach ihre Ängste und können die nicht überwinden. Wirklich, also Heidi nervt mich generell, also Heidi

73 In diesen Aushandlungen der Kreuzberger Gruppe zeigt sich darüber hinaus sehr deutlich der Befund, dass die Mädchen in der Aneignung sehr stark changieren, hier bspw. zwischen Kritik mit Vergnügen und eigensinniger Kritik.

find ich so anstrengend
(Zeile 111-127)

Ähnliche Äußerungen finden sich auch bei den Befragten aus der Pankower Gruppe:

P2: Naja, ich find man könnte das manchmal n bisschen behutsamer machen also weil die, wie ich ja vorhin schon gesagt habe, die wollen die ja manchmal einfach nur zum Heulen bringen, so dass man dann so als Zuschauer nur so da sitzt, oh Gott oh Gott was machen die jetzt
(Zeile 397-399)

Und auch die Aussagen von Mädchen aus der Moabiter und Karlshorster Gruppe lassen sich im Rahmen dieses Befundes deuten:

M2: Aber dieser Thomas ist auch cool [...] Der schwule Thomas – den anderen mag ich nicht [...] Keine Ahnung der ist immer so voll, manchmal – der ist immer so voll eingebildet drauf so arrogant und der andere immer so, der ACHTET auch auf die Mädels, so auf seine Art so
(Zeile 123-128)

M4: Mich nervt einfach nur diese – dieses Falsche was da immer abgespielt wird [...] Weil die kommen dann also wenn die dann rausfliegen dann sagen die immer was da wirklich abgeht – also bei Interviews dass die, dass sie Heidi kaum sehen und äh dass sie voll – ja dass sie sich gar nicht um die kümmern und so was
(Zeile 27-31)

KH5: Ich habe das Gefühl [...] dass die DREI Leute so die da jetzt so mitspielen sich nicht wirklich so um die Interessen und sowas der Mädchen kümmern weil irgendwie gibt es da auch Zickenkrieg, sag ich mal. Manche haben ja auch gesagt dass sie vielleicht ausscheiden wollen. Ich glaube einfach dass Heidi Klum und so sich jetzt nicht wirklich DAFür interessiert wie es den Mädchen geht
(Zeile 181-186)

In fast allen Gruppendiskussionen finden Verhandlungen dieser Art statt, in denen die Befragten Mitgefühl für die Behandlung der Kandidatinnen durch die Jury in bestimmten Situationen zeigen⁷⁴. Bei den Perspektivierungen in dieser Arbeit wird deutlich, dass die Mädchen ihre Kritik – im Vergleich zu ausgehandelter und oppositioneller Kritik – auf eine abstraktere Ebene heben, die die inszenierten Werte, Vorgaben, Maßstäbe der Vorzugslesart reflektiert. Dies verweist auf Infragestellungen der inszenierten Diskurse. Besonders prägnant artikuliert dieses Bewusstsein und daraus resultierende Kritik an sendungsspezifischen Wissensordnungen ein Mädchen aus der Kreuzberger Gruppe von 2011:

74 Ebenfalls mit hinein spielen vermutlich die Erwartungen der Befragten an Interaktionen in professionellen Lebenswelten: Zwar ist konkurrenzrielles Verhalten normalisiert, dies impliziert aber in den Aushandlungen der Befragten ebenso Fairness und sozialen Umgang miteinander.

K4: Also was mich immer so an Heidi nervt, das ist irgendwie immer so – die kann eh alles, sie ist das Super-Modell, sie ist die – sie ist die Modell-Mama und die zeigt den armen Mädchen die's noch nicht können dann immer wie man läuft und irgendwie ((imitiert)) Leute ich zeig Euch mal meinen sexy Blick – und dann guckt sie irgendwie SO und SO müssen sie's dann alle machen, *sie ist die Richtlinie für alle und das regt mich einfach auf, man kann sich ja noch selber definieren und sie ist hier nicht der Maßstab für alles was richtig ist* [Hervorhebung d. Verf.]

(Zeile 133-138)

Von der persönlich-emotionalen Ebene geprägt ist dagegen offensichtlich die Wahrnehmung von Verletzlichkeit und Hilfebedürftigkeit der Kandidatinnen. Dies führt dazu, dass die Befragten Bezüge aus dem privaten Raum aktualisieren. Diese Kombination von Abstraktion und persönlich-emotionaler Ebene trägt in diesem Sinne dazu bei, dass das Potenzial für die Konstruktion eigener Perspektiven entsteht.

Neben Referenzen auf den Leistungsbereich zeigt sich eigensinnige Kritik in dieser Arbeit noch in Bezug auf einen weiteren Kontext, nämlich im Umfeld von Reflexionen zu Sichtbarkeit und Privatsphäre. Beispielhaft dafür lassen sich Bezugnahmen der Mädchen interpretieren zum Austausch der Kandidatinnen mit ihrer Familie, über die sie zu Reflexionen zur Relevanz von Privatsphäre finden. Dies scheint ebenfalls geleitet durch Aktualisierungen aus eigenen Erfahrungen im privaten, nicht-öffentlichen Raum:

F2: Und was ich auch immer schlimm fand, dass die irgendwie das zum Beispiel auch gefilmt haben, wenn die telefonieren mit den Eltern und so [...] Das fand ich immer besonders schlimm

F1: Da hat man keine Privatsphäre mehr

(Zeile 192-196)

In dieser Gruppe geht es um private Momente, die öffentlich gemacht werden. Erst darüber entwickelt sich offensichtlich die Erkenntnis der permanenten Sichtbarkeit und der damit einhergehenden Belastungen für die Kandidatinnen. Diese Auseinandersetzung ist bemerkenswert, da die Omnipräsenz der Kameras in den Gruppendiskussionen äußerst selten thematisiert wird. Die Wortwahl der Mädchen deutet darauf hin, dass die Befragten empathisch involviert sind und »mitschwingen« durch Bezüge zu eigenen Lebenswelten, die auf die Relevanz von Familie im Kontext von Entlastung, Rückzug, Vertrautheit hindeuten. Dies wird verständlich vor der Folie der Aushandlungen zu eigenen Erfahrungsbezügen, die auf eine starke Differenzierung der sozialen Kontexte hinweisen (vgl. Kapitel 5.2.1c)⁷⁵. Der private Raum, der Familie und enge Freunden einschließt, steht für die Mädchen, so zeigt sich in den Befunden, für Entlastung von den Zwängen der Leistungskultur. Hier können sie sich emotional, authentisch, verletzlich, intim, unverstellt zeigen. Es wird deutlich, dass diese Entlastungs- und Rückzugsmöglichkeit für die Mädchen einen hohen Stellenwert hat. Ganz ähnliche Aussagen zeigen sich auch bei den Mädchen aus der Reinickendorfer Gruppe. Bei

75 Eine weitere bzw. ergänzende Möglichkeit zur Erklärung dieser Aushandlungen ist, dass die Befragten in dieser Gruppe sehr stark am öffentlichen Diskurs zur Populärkultur teilhaben und darüber eingebunden sind in die Diskussionen zur »Total-Überwachung«.

beiden Aushandlungen ist auffällig, dass sie sich auf die Quasi-Privatsphäre der Modelvilla beziehen – wie bereits ausgeführt wird diese ansonsten in den Gruppendiskussionen ebenfalls so gut wie nie thematisiert (vgl. Kapitel 5.1.3b). Die Aussagen aus beiden Gruppen legen nahe, dass die Modelvilla – analog zu den Aushandlungen zu eigenen Schönheitshandlungen – stellvertretend für den nicht-öffentlichen Raum steht, in dem die Jugendlichen sich vom Druck der Sichtbarkeit für »die anderen« eigentlich entlastet fühlen. Dies fügt sich stimmig ein in den bereits beschriebenen Befund, dass für die Mädchen eigensinnige Lesarten in Form von Kritik vor allem in Bezügen auf den privaten Kontext reflektier- und verbalisierbar werden.

R3: Aber ich find doof bei Germany's Next Topmodel ist ja wirklich so VIEL die ganze Zeit die Kamera, das würde mich voll ätzen

R2: Ja das war ja jetzt auch Tahnee, die meinte ja auch in der letzten Folge war das glaub ich sogar auch – ja ähm sie hat ja dann am Anfang geheult und so und hat auch der Kamera – – Mittelfinger gezeigt und weil sie halt meinte es ist ihr einfach zu viel die ganze Zeit gefilmt zu werden und sie stand so unter Stress, war davon voll genervt dass sie wirklich – sie hat sich ja eingesperrt glaub ich auf der Toilette und dann ist aber die Kamera auch sofort wieder hinterher und sie war richtig genervt und hat das auch richtig geäußert auch richtig vor der Kamera und hat das – ja richtig zum Ausdruck gebracht

R4: Hätt ich auch gemacht

(Zeile 472-481)

Die Zwänge, die eine dauerhafte Sichtbarkeit mit sich bringt, verhandeln die Mädchen der Oberschöneweider Gruppe – wie sich ebenfalls in den o. g. Aussagen zeigt – auch anhand des Aussehens der Kandidatinnen:

O3: J a a, vor allem du musst ja IMMER gut aussehen, man wird ja auch im Haus gefilmt [...]

O4: Das ist ja eigentlich auch so krass, das ist ja eigentlich auch so wie bei Big Brother oder wo immer, du wirst eigentlich fast immer gefilmt und du musst immer [...]

O?: IMMER gut aussehen, ich mein das kann man doch eigentlich nicht

(Zeile 469-475)

Besonders bemerkenswert ist, dass für die Mädchen Sichtbarkeit offenbar automatisch selbstverständlich mit dem Zwang zu Schönheitshandlungen einhergeht (denn also solche sind die Aussagen, man müsse »immer gut aussehen« zu deuten, darauf verweisen die Befunde zu eigenem Schönheitshandeln). Es ist für die Befragten anscheinend nicht denkbar, für andere mit nicht bearbeitetem Aussehen sichtbar zu werden. Diese Aussagen wiederum deuten darauf hin, dass die Modelvilla für die Befragten eine Art »Zwitterstellung« in Form einer Halb-Öffentlichkeit hat. Denn sie denken offenbar die ZuschauerInnen als »relevante andere« mit(vgl. Kapitel 5.2), für die Sich-schön-machen ausgeführt und dargestellt werden muss. Der private Raum dagegen erfordert keine Schönheitspraktiken. Außerdem zeigt sich in den Aussagen zur Anforderung des »immer guten Aussehens«, dass die Mädchen auf dessen Herstellungsleistung referenzie-

ren oder auf die zugehörigen Darstellungskompetenzen (vgl. Kapitel 5.1.3b)⁷⁶. Auffällig ist, dass damit der Aufwand und Druck, der mit Schönheitshandlungen einhergeht, thematisiert wird, der ansonsten i. d. R. negiert wird.

In Bezug auf das Nicht-Thematisierte lässt sich zum Abschluss noch zu bedenken geben, dass es ebenso aussagekräftig ist, welche Werte, Ideale und Maßstäbe der Sendung *nicht* kritisch besprochen werden in den Gruppendiskussionen. Beispielhaft lassen sich hier die den Kandidatinnen zugeschriebenen Werte und Eigenschaften anführen. Die Einschreibung in bestimmte Eigenschaften als negativ oder positiv wird an keiner Stelle hinterfragt bzw. selten ergänzt oder kritisiert. Auffällig ist, dass sich die Befragten besonders viel und intensiv damit auseinandersetzen und dazu austauschen. Eine Erklärung der Nicht-Thematisierung vor der Folie gesellschaftlicher Anrufungen und/oder eigener Erfahrungsbezüge liegt nahe und lässt vermuten, dass der Medientext diese reproduziert. Diese Erkenntnis gilt für viele der offensichtlich selbstverständlich angenommenen und übernommenen Inszenierungen.

5.1.5 Schlussbetrachtungen zu den Befunden zur Medienaneignung

Generell zeigt sich in der Auswertung, wie fein abgestuft und nuanciert, wie komplex, diffizil und differenziert Medienaneignung stattfindet. Als zentrales Ergebnis der Befundung lässt sich fassen, wie stark die Jugendlichen auf die konkurrenzuelle Ebene fokussieren. Deutlich wird das vor allem anhand der Vielzahl der Auseinandersetzungen mit den Eigenschaften der Kandidatinnen im Radius von Lernen, Leistung, Wettbewerb. Darüber handeln die Befragten, so die Befunde, relevante Werte aus eigenen Lebenswelten und damit der Gegenwartsgesellschaft aus. Sichtbar werden (Re-)Produktionen von und Einschreibungen in Norm(alis)ierungen aus eigenen Erfahrungsbezügen. Dieser Modus der Aneignung wird als Orientierungs- und Informationssuche interpretiert und lässt auf eine hohe Relevanz der leistungsorientierten Selbstbearbeitung für das eigene Selbstbild schließen. Ebenso deutlich wird die Relevanz, die eigene Erfahrungsbezüge für die Aneignung des Medientextes haben. Der zweite Aneignungsmodus, die unterhaltungsgeleitete Aneignung, ermöglicht den Zuschauerinnen ein starkes »Mitschwingen« auf der emotionalen Ebene, die genussvolle Wahrnehmung von attraktiv empfundenen Bildern einerseits und andererseits von Narrativen, die Emotionalisierung, Dramatisierung, Intimisierung und Räume für (Mit-)Erleben öffnen. Bemerkenswert ist, dass sich bei der Detailanalyse der visuellen Reize, die deutlich faszinierend auf die Mädchen wirken, herauskristallisiert: Den »optischen Attraktionen« in Form von Kleidung, Orten, Einrichtungen, Personen ist als gemeinsamer Nenner inhärent, dass sie alle außerhalb des eigenen Alltags verortet sind und i. d. R. weiblich codierte Symbole (vgl. Kapitel 5.2) im Bereich des Lifestyle enthalten. Die Jugendlichen rezipieren diese Bilder offensichtlich als Sinnbilder von geschlechtlich geprägtem Außer-Alltäglichem, Erfolg und Ansehen.

Die Auswertung der Daten zur Aneignung aussehensbezogener Inszenierungen verweist auf einen überraschenden Befund: Der Bereich im Umfeld von gutem

76 Denn ginge es dabei um die somatisch-biologisch gegebenen Merkmale, würde das Aussehen ja stets dasselbe sein.

Aussehen, Schönheit, Attraktivität scheint für die Befragten keine zentrale Rolle in der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* zu spielen. Deutlich wird das in Nicht-Thematisierungen, Aussparungen, Nicht-Gesagtem und Verweisen der Mädchen auf gemeinsam geteilte Selbstverständlichkeiten. Vermutlich wird auch hier einerseits die Bedeutung sichtbar, die die Herstellung von Bezügen zu eigenen Lebenswelten und Erfahrungen bei der Aneignung von Medienpersonen hat. Denn die Befunde zeigen, dass die Zuschauerinnen das Äußere der Kandidatinnen als wenig »alltagsnah« mit geringen Bezügen zu den eigenen Lebenswelten situieren. Als relevant erweist sich aber vor allem, dass die Jugendlichen das Aussehen der Kandidatinnen im Rahmen der Sendung *nicht als Spiegel des sozialen Selbst* lesen. Unter dem Gesichtspunkt der bedeutsamen Aneignungskategorien von Realistik und Inszeniertheit/Fiktionalität scheinen die Mädchen das Äußere der Kandidatinnen weniger im Radius von Authentizität, Individualität, Autonomie (vgl. Kapitel 5.2) wahrzunehmen. Die Positionierungen der Mädchen legen nahe, dass sie das modifizierte Aussehen der Kandidatinnen als Anpassung an die Anforderungen des sozialen Kontextes lesen und somit als Unterwerfung und nicht als Handlungsfreiheit. Wobei auffällig ist, dass die Zuschauerinnen diese Wahrnehmung kaum kritisch lesen oder in Frage stellen. Diese Form der Anpassung an soziale Normen wird im Gegenteil als selbstverständliche Tatsache hingenommen. Das Verhalten der Kandidatinnen bzw. deren Eigenschaften dagegen lesen die Zuschauerinnen größtenteils als authentisch und Ausdruck ihrer »echten« Persönlichkeit. Die darüber verhandelten Werte nehmen in den Aushandlungen der Zuschauerinnen einen wichtigen Platz ein. Dies wiederum steht offensichtlich auch damit im Kontext, dass die »Bewährungssituation« der Sendung, der kompetitive Teil, über den die Mädchen Kompetenz, Erfolg und Anerkennung der Kandidatinnen beurteilen, in Form der Darstellungskompetenz und *Selbsthervorbringung* vor der Kamera oder auf dem Laufsteg stattfindet. Um erfolgreich zu sein, so legen die Aushandlungen nahe, sind die Kandidatinnen nicht etwa gefordert in besonders erfolgreich ausgeführten Schönheitspraxen. Das Sich-schön-machen, wie es die Mädchen aus eigenen Lebenswelten kennen, liegt nicht »in der Hand« der Kandidatinnen, sondern wird vom Fachpersonal ausgeführt. Um im Wettbewerb *Germany's Next Topmodel* zu bestehen, Leistung zu zeigen, die im Sinne neoliberaler Imperative sichtbar auf die eigene Subjektivierung und Selbstdisziplinierung zurückzuführen ist, geht es für die Zuschauerinnen daher nicht um Kompetenzen der Kandidatinnen im Sich-schön-machen, sondern um Kompetenzen, die die Kandidatinnen in der Darstellung und Selbstinszenierung ihrer »fremd-hergestellten Schönheit« zeigen.

Bezüglich kritischer Positionierungen verweist die Auswertung darauf, dass für den Großteil der Zuschauerinnen eine Distanzierung von der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* Common Sense ist. Auf der manifesten Ebene zeigt sich das vielfach in Abgrenzung und konsensueller Kritik. Häufig wirken diese allerdings wie Meinungen des öffentlichen Diskurses und Antworten sozialer Erwünschtheit. Denn im Rahmen der Positionierungen der Mädchen, die selbstreferenziell, intensiv und involviert geführt werden, zeigt sich, dass sie den Medientext ernstnehmen, sich mit ihm auseinandersetzen, dass dieser Bedeutung für sie hat. Die Aushandlungen weisen darauf hin, dass die Mädchen sich dabei stark mit Erfahrungen aus eigenen Lebenswelten beschäftigen, Einschreibungen reproduzieren und Anrufungen diskutieren. Die eigentliche Kritik an

Germany's Next Topmodel entsteht offenbar aus der Wahrnehmung der Inszeniertheit der Sendung. Wie die Mädchen damit umgehen, variiert. In einigen Fällen scheint die Wahrnehmung Teil des Seh-Vergnügens zu sein, in anderen stellen die Mädchen die Glaubwürdigkeit der Sendung infrage. Und gelegentlich abstrahieren die Zuschauerinnen ihre kritischen Erkenntnisse so stark, dass sie, wenn sie zusätzlich relevante Bezüge zu eigenen Erfahrungen herstellen, im Medientext Konstruktionen von Wissensordnungen erkennen, die sie in ihrer Gültigkeit infrage stellen.

5.2 Schönheitshandeln in jugendlichen Lebenswelten: Aussehensbezogene Praxen als Modelle gelungener Selbstführung zwischen Privatheit und Öffentlichkeit

Ergänzend zur Erhebung der Medienaneignung wurden die Jugendlichen in einer Art »zweitem Teil« in den Gruppendiskussionen – es wurde i. d. R. darauf hingewiesen, dass diese Fragen einen anderen Themenbereich berühren – zu ihrem eigenen Schönheitshandeln befragt. Die Dimensionen des Leitfadens betreffen verschiedene Aspekte von aussehensbezogenen Praxen und deren diskursive Rahmungen. Ursprünglich war das Ziel, darüber relevante Konzepte herausarbeiten zu können, um die Aneignung der aussehensgebundenen Inszenierungen in *Germany's Next Topmodel* besser verstehen zu können. Daraus entwickelten sich im Prozess der Auswertung umfangreiche eigenständige Befunde. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass in Ausführlichkeit, Engagement, Begeisterung und Involviertheit der Aushandlungen der jugendlichen Mädchen erkennbar wird, wie bedeutungsvoll, umfassend und facettenreich der Bereich des Sich-schön-machens für sie ist.

Die Positionierungen der Mädchen beschäftigen sich, dies ist evident, primär mit den Schönheitspraxen bzw. deren sichtbaren Ergebnissen; modifizierbare und sichtbar bearbeitete Momente des Äußeren stehen im Mittelpunkt und so gut wie nie Schönheit im Sinne von Ästhetik biologisch-anatomischer Bereiche. Dies ist natürlich einerseits den Fragestellungen zuzuschreiben, die auf »sich schön machen« referenzieren. Darüber hinaus thematisieren die Mädchen aber auch im Rahmen der selbstreferenziellen Gespräche, die über die Fragen hinaus gehen, diese Momente kaum. Die Aushandlungen der Jugendlichen beschäftigen sich darüber hinaus – auch dies, ohne dass die Befragten es reflektieren oder problematisieren – mit dem Aussehen von Mädchen/Frauen. Dies liegt vermutlich ebenfalls an den Fragestellungen, die sich auf die *eigenen Handlungen* der Mädchen beziehen, sowie am Selbstverständnis der Mädchen, die sich sehr eindeutig vergeschlechtlicht als weibliche Subjekte verstehen. Darüber hinaus verweisen die Befunde aber auch darauf, dass die Befragten Schönheit selbstverständlich als *weiblich*⁷⁷

77 Beim Adjektiv »weiblich« (dies gilt natürlich auch für das »Männliche«, aber da das im Rahmen dieser Arbeit nur eine untergeordnete Rolle spielt, beziehen sich diese Ausführungen nicht darauf) besteht eine inhaltliche Unschärfe. Der Begriff weiblich verweist auf die (biologische) Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht. Aber auch auf die »Art, wie es (in einer Gesellschaft) für die Frau, das weibliche Geschlecht als typisch, charakteristisch gilt« (<https://www.duden.de/rechtschreibung/weiblich>). Wenn in dieser Arbeit der Begriff »weiblich« Verwendung findet (präziser

begreifen. Dies zeigt sich bspw. in den Differenzen der Aushandlungen zu Praxen und Rationalitäten in Abhängigkeit davon, ob die Befragten sie Männern oder Frauen zuordnen, sowie in den Charakteristiken der Schnittmengen dieser (vgl. Kapitel 5.2.2b). Die folgenden Ausführungen sind – bis auf das Kapitel, das sich mit männlichem Praxen beschäftigt – auf das *selbstverständlich-weibliche* Schönheitshandeln zu verstehen, das in den Positionierungen der Befragten sichtbar wird.

In vielen Fällen scheinen die Jugendlichen von der Einstiegsfrage in den zweiten Teil der Gruppendiskussionen (»Was macht ihr, um euch schön zu machen?«) (anfänglich) verunsichert. Die Antworten wirken kurzangebunden, ironisch, irritiert. Möglicherweise ist dies darauf zurückzuführen, dass die Frage als auf sehr persönliche Informationen abzielend empfunden wird, die zudem stark durch soziale Normen bestimmt sind⁷⁸. Darüber hinaus weisen die Befunde darauf hin, dass die Mädchen Rationalitäten und Modi des Schönheitshandelns als »fraglos Gegebenes« (vgl. Degele 2004) häufig gar nicht bewusst wahrnehmen und damit im Zusammenhang zudem den Verweis auf Schönheitshandeln als übergeordnete Kategorie als ungewohnt empfinden. Die Jugendlichen ordnen die Praxen sowie die diskursiven Rahmungen vielmehr als *vereinzelte, segregierte* Momente ein. Mit fortschreitendem Verlauf der Fragen und Gespräche zeigen sich die Aushandlungen der Jugendlichen gekennzeichnet durch ein steigendes Maß an Spaß, Selbstreferenzialität, Ausführlichkeit, Engagiertheit. Die Mädchen berichten offen über das eigene Schönheitshandeln, nehmen aber auch Bezug auf das der anderen. Die Gespräche weisen auf eine große Vertrautheit in den Gruppen mit Themen im Feld des Sich-schön-machens hin sowie im Austausch dazu. Der Großteil der Aussagen beschäftigt sich mit konkreten Praxen zur Herstellung von »gutem Aussehen« sowie mit deren wahrgenommener Angemessenheit. Letzteres insbesondere auf das Äußere von anderen bezogen. Die Aushandlungen lassen durch die Verknüpfung von einerseits Intensität und Involviertheit und andererseits Beiläufigkeit und Unvollständigkeit (vgl. Degele 2004) vermuten, dass hier hochrelevantes, kollektiv geteiltes Wissen, Vergemeinschaftungsprozesse und der Abgleich von Werten sichtbar werden. Insgesamt weisen die Befunde darauf hin, dass das eigene Schönheitshandeln und das der anderen sowie der Austausch dazu für die jugendlichen Mädchen⁷⁹ eine bedeutsame und machtvolle Rolle spielen.

In der Gegenüberstellung der Gruppen fällt eine gewisse Heterogenität und Spannweite der berichteten Praxen und deren argumentativer Rahmungen ins Auge: Die Rationalitäten, die die Mädchen als leitend für ihre Praxen (vgl. Kapitel 5.2.1) aufrufen, sind partiell unterschiedlich ausgeprägt. Ebenso fällt im Intergruppenvergleich auf, dass unterschiedlich offen mit den eigenen Schönheitshandlungen umgegangen wird. Die Befunde deuten darauf hin, dass die Aushandlungen ungleich stark von sozialen Normen und Antwortverhalten der Selbstwertdienlichkeit und sozialen Erwünschtheit

wäre bspw. stattdessen »gesellschaftlich vergeschlechtlicht als weiblich verstanden«), geschieht das ausschließlich aus Gründen der Lesefreundlichkeit und im Bewusstsein um die so erzwungene Bedeutungsreduzierung und den breiten Diskurs, der mit dem Thema Geschlechter(verhältnisse) verbunden ist.

78 Ähnliches berichtet auch Degele (2004) aus ihren Befragungen zum Thema Schönheitshandeln.

79 Der aktuelle Stand der Forschung (vgl. Kapitel 2) weist darauf hin, dass hier vergeschlechtlichte Prozesse zum Tragen kommen.

bestimmt werden. Die Mädchen »bekennen« sich in unterschiedlichem Maß zum Schönheitshandeln. In einem Teil der Gruppen nennen die Jugendlichen weitgehend vorbehaltlos und freimütig mannigfaltige Handlungen und daran geknüpft Abgleiche mit anderen und beschreiben Negativ- und Positivbilder. In anderen Gruppen dagegen zeigen sich eher Strategien der Distanzierung und Banalisierung der Praxen in Kombination mit Legitimierungen, Rationalisierungen und/oder Verallgemeinerungen. Paradigmatisch hierfür stehen Strategien der Distanzierung – ähnlich wie bei der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* –, mit denen die Mädchen die eigenen Schönheitspraxen als Spaßhandlungen kennzeichnen und legitimieren, die sie als nicht-ernsthaft ironisch brechen oder externalisieren, bspw. indem sie Man-Botschaften formulieren. Innerhalb der Gruppen scheinen Rationalität und Modi weitestgehend übereinzustimmen. Im Intragruppenvergleich werden kaum gravierende individuelle Abweichungen der Positionierungen oder des Antwortverhaltens sichtbar, die nennenswert wären. (Auffälligkeiten werden ggf. explizit benannt.) Dies zeigt sich u. a. in übereinstimmenden Aushandlungen zur Angemessenheit, Quantität und Qualität von aussehensbezogenen Selbsttechnologien⁸⁰. Die Vermutung liegt nahe, dass milieuabhängige Einschreibungen sichtbar werden (vgl. Kapitel 6). Damit decken sich die Ergebnisse mit denen von bspw. Penz (2010), der milieuspezifische Schönheitspraxen konstatiert, und Degele (2004), die den sozialen Kontext als »gemeinsame Wissens- und Erfahrungsbestände generier[end]« (ebd.: 37) hervorhebt.

Auffällig in allen Gruppen sind widersprüchliche Aussagen, die die Befragten aber – wie auch bei den Aushandlungen zur Aneignung von *Germany's Next Topmodel* (vgl. Kapitel 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4) – nicht als konfligierend wahrnehmen. Exemplarisch dafür stehen Positionierungen, die häufig bei allgemein-abstrakten Fragen auftauchen und die sehr schnell in Phrasen, Allgemeinplätze, Plattitüden ableiten, bspw. bei der Frage nach gesellschaftlichen Schönheitsidealen. Dies deutet einerseits auf (proto-)typische Common Sense-Meinungen und Antworten aus der Teilhabe am öffentlichen Diskurs hin. Sprechen die Jugendlichen an anderen Stellen über Konkrete aus den eigenen Lebenswelten, können sich die Meinungen partiell konträr darstellen, ohne dass die Jugendlichen dies reflektieren oder problematisieren. Darüber hinaus zeigt sich bei genauer Betrachtung das Vorhandensein verschiedenartiger, spannungsreicher Konzepte: Hinter den scheinbar widersprüchlichen Aussagen stehen eigentlich unterschiedliche Diskurse, die verhandelt werden, etwa bei Aushandlungen zu kosmetischer Chirurgie oder Zwängen von Schönheitshandlungen.

5.2.1 Schönheitshandeln als Verkörperung normalisierter Werte in lebensweltlichen Räumen

Die Auswertung der Daten zeigt, dass Themen, die um das Aussehen von Personen kreisen, eine wichtige Rolle spielen in der Kommunikation der Befragten. Die Befunde verweisen darauf, dass dieser Komplex für Reflexionen zum eigenen Selbst und zu anderen

80 Möglicherweise zeigen sich dabei auch Prozesse wie die Bildung einer Gruppenmeinung. Wortwahl und Aussagen der Befragten legen jedoch nahe, dass mehrheitlich tatsächlich eigene Meinungen wiedergegeben werden.

Personen zentrale Bedeutung hat. Für die manifeste Ebene stechen auf den ersten Blick zwei Auffälligkeiten in den Aushandlungen ins Auge: Erstens gilt für alle Gruppen, dass anscheinend ein großer Teil der Schönheitspraxen nicht als solche begriffen und nicht bzw. erst auf explizite Nachfrage thematisiert wird. Diese Tendenz zeigt sich allerdings in den Gruppen in unterschiedlichem Maß. Denn zweitens werden im Intergruppenvergleich Heterogenitäten erkennbar im Umgang mit den eigenen aussehensbezogenen Praxen. In einigen Gruppen prägt die Aushandlungen stärker als in anderen, dass sich die Mädchen kürzer angebunden positionieren und eine geringe Vielfalt und Vielzahl von Praxen verhandeln, die sie dezidiert nicht im Kontext von Schönheit verortet wissen wollen. Evident werden diese Befunde bspw. anhand der Eingangsfrage zum Themenbereich Schönheitshandeln in eigenen Lebenswelten (»Was macht ihr, um euch schön zu machen?«). Prototypisch für diese Gruppen der »Sich-distanzierend-Zurückhaltenden« stehen Antwortverhalten und Aussagen der Tempelhofer Gruppe:

I: Dann würde mich jetzt noch mal interessieren was Ihr so macht für Euer Aussehen?

--

T2: Duschen

((Mehrere Befragte lachen))

--

T?: Cremes benutzen

((2 Sekunden Pause))

T1: Ja, das Typische halt

(Zeile 437-444)

In den Antworten dieser Gruppe zeigt sich exemplarisch die Tendenz, ironisiert Bezug zu nehmen auf Handlungen, die konsensuell unhinterfragt als selbstverständliche und/oder obligatorisch-gesetzte Praxen wahrgenommen werden, wie bspw. das Duschen. Die argumentativen Rahmungen deuten darauf hin, dass die Jugendlichen Schönheitshandlungen in vielen Fällen als Pflege-/Hygienepraxen verorten (vgl. Kapitel 5.2.1b). Auch in der Karlsruher Gruppe positionieren sich die Mädchen explizit indifferent gegenüber ihrem Äußeren:

I: [...] was macht ihr denn so für euer Aussehen [...]?

[...]

KH4: Gar nichts. Ne? ((lacht)) [...]. Ich bin so diejenige die viel Süßes isst. Aber meistens auf der faulen Haut liegt. Hau Haut liegt. Und nicht mal joggt oder so. [...] Also ich de, ich esse so Süßes. Denke so ja vielleicht sollte ich Sport machen. Und dann denke ich wieder oh nee. ((lacht)) Nee, ich hab keine Lust.

KH1: Oder morgen

die Mädchen

(Zeile 650-663)

Auf die Frage nach eigenen Schönheitshandlungen antworten nur zwei der Mädchen. Die Aussagen sind kurzgehalten, wirken zurückhaltend und nehmen nur auf die Ebene der Fitness Bezug. Es ist zu vermuten, dass Fitness für die Jugendlichen unproblematisch ist im Sinne von: nicht zu persönlich und in einem gesellschaftlich anerkannten Feld verortet, das zudem anschließt an das Setting, in dem die Interviewsituation

stattfindet (während des Kampfsportunterrichts). Die Ideologien, die hinter den Distanzierungsstrategien stehen, lassen sich an einer Stelle anhand der Aussagen in der Tempelhofer Gruppe konturieren:

T1: [...] also mir persönlich ist das [Thema Schönheit, Anm. d. Verf.] nicht so wichtig, ich hab jetzt auch Wichtigeres drüber zu reden – aber also es gibt schon Freundinnen von mir, also die wirklich die stundenlang darüber labern können was sie sich für neue Kosmetik gekauft haben

(Zeile 650-663)

Offensichtlich wollen die Gruppen der »Sich-distanzierend-Zurückhaltenden« den Eindruck vermeiden, das Aussehen wichtig zu nehmen. Erkennbar wird auch eine Abwertung derjenigen, die sich (zu) stark mit dem eigenen Äußeren beschäftigen. Das scheint für diese Gruppen verknüpft mit negativen Eigenschaften wie Eitelkeit, Narzissmus, Oberflächlichkeit oder gar Dummheit. Auch bei einem Vergleich der Antworten auf die Frage nach dem Zeitepensum für Schönheitshandlungen macht sich diese Wissensordnung in der Tempelhofer Gruppe bemerkbar:

I: Und investiert Ihr viel Zeit pro Tag dafür [euch schön zu machen, Anm. d. Verf.]?
((Mehrere Befragte)): Nö/Nee

T4: Zeit Zähne zu putzen aber ich habe so nen großen Badspiegel, da macht es einfach auch n bisschen mehr Spaß sich die Augenbrauen irgendwie – im Spiegel anzugucken oder so was

(Zeile 437-476)

Nur eines der Mädchen antwortet auf die Frage und zeigt dabei diverse Strategien der Distanzierung, bspw. indem sie ihre Praxen banalisiert und zuerst Bezug nimmt auf den »unverfänglichen« Bereich Zähneputzen, der im Alltagswissen als Hygienemaßnahme verstanden ist. Zudem stellt sie die Handlungen als spaßbesetzt dar (vgl. Degele 2004). Die Befunde zeigen, dass bei den Einstiegsfragen in den Themenkomplex Schönheitspraxen ein Teil der Mädchen ihre Handlungen für erklärungs- und/oder legitimierungswürdig hält. Als Strategie erweist sich die Einordnung der Aktivitäten als Hygiene-, Gesundheits-, Spaß- oder Wellness-Modus (vgl. Kapitel 5.2.1b). Im Rahmen des weiteren Verlaufs der Gruppendiskussionen werden diese Strategien weniger.

Für die entgegengesetzte Seite steht die Gruppe der »Vorbehaltslos-Aufgeschlossenen«⁸¹. Prototypisch dafür äußern sich die Mädchen der Reinickendorfer Gruppe, der Kreuzberger Gruppe von 2017 und partiell die der Gruppe aus Gropiusstadt. Hier diskutieren die Befragten sehr angeregt in Folge der Einstiegsfragen zum Bereich Schönheitshandeln in eigenen Erfahrungsbezügen, benennen diverse Aktivitäten, die sie relativ detailliert und umfassend darstellen. Beispielhaft deutlich wird das in der Reinickendorfer Gruppe anhand der Frage zur Dauer der Schönheitshandlungen. Die Mehrheit der Teilnehmerinnen berichtet zu ihren Praxen. Die Antworten lassen kaum Distanzierungsstrategien erkennen, die Mädchen nehmen

81 Die Bezeichnung der Gruppen soll wertfrei verstanden sein, auch wenn die Begrifflichkeiten dies leider kaum möglich machen.

Bezug auf verschiedene Ausprägungen von Schönheitspraxen und bagatellisieren die Dauer der Aktivitäten nicht.

I: Und äh wie viel Zeit verwendet Ihr ungefähr pro Tag da drauf [euch schön zu machen, Anm. d. Verf.]?

R6: Also wenn ich meine Haare glätten muss brauch ich schon eine Stunde diese Locken sind nicht normal ((Mehrere Befragte lachen)) Ja und wenn's halt um Schminken geht – ja das höchste sind halt 20 Minuten

R2: Ach so und Nägel lackieren mach ich noch – also ich hab eigentlich immer lackierte Nägel

R7: Naja bei mir ist, ich brauch glaub ich 40 Minuten mit Haare glätten und schminken – und anziehen aber – ja wenn ich meine Augenbrauen zupfe brauch ich dann auch noch mal 20 Minuten

R4: Bei mir ist so also wenn ich aufsteh dann – ich glaub für schminken oder so brauch ich HÖCHSTENS ne halbe Stunde und denn – meine Haare das kommt immer drauf an wenn meine Haare wollen oder nicht ((lacht)) Aber so insgesamt manchmal schon ne Stunde

(Zeile 597-608)

Besonders bei den Gruppen der »Vorbehaltslos-Aufgeschlossenen« wird erkennbar, dass viele Mädchen ihre Schönheitspraxen über Haare und Make-up aushandeln – zumindest in den Eingangsfragen. Im weiteren Verlauf der Gruppendiskussionen benennen die Jugendlichen darüber hinausgehend eine große Vielzahl und Vielfalt an weiteren Schönheitshandlungen. Aber auch in den Gruppen der »Distanzierten« thematisieren die Mädchen im Laufe des Fragenkomplexes im Austausch miteinander oder angeregt durch Fragen i. d. R. weitere Handlungen. Eine Erklärung für den Befund dieser Entwicklung im Verlaufe des Diskussionsprozesses ist, dass die Praxen zur Modifikation des Aussehens in der diskursiven Rahmung der Mädchen eher segregiert und separiert in diversen anderen Bereichen verortet werden (bspw. als Pflege- oder Wellnessmodus). Die Mädchen scheinen Handlungen vor allem dann als Sich-schön-machen zu begreifen, wenn sie diese erleben und rahmen als auf die Herstellung von Verweisen auf Weiblichkeit abzielend (vgl. Kapitel 5.2.1a). Dieser Befund ist insofern erhellend, als er möglicherweise nicht nur auf das beschriebene Mikrophänomen zutrifft, sondern auch eine übergeordnete Einschreibung der jugendlichen Mädchen sichtbar macht.

In den Positionierungen der Jugendlichen zeichnet sich deutlich ab, dass das Aussehen nicht willkürlich oder zufällig modifiziert wird. Vielmehr werden bestimmte Ideale evident, die sich in den Aushandlungen gruppenübergreifend herauskristallisieren in Aussagen zu konkreten Praxen und spezifischen aussehensbezogenen Leitbildern. Als übergreifende, zentrale Erkenntnis verweisen die Befunde darauf, dass die befragten Mädchen Aussehen, Körper, Sich-schön-machen in den eigenen Lebenswelten primär über die *Herstellung dessen* in Form von Praxen aushandeln. Besprochen werden nicht die nicht-selbstmodifizierbaren, »naturgegebenen« biologisch-physischen Merkmale. Die aussehensbezogenen Maßstäbe und Ideale der Jugendlichen referenzieren stattdessen i. d. R. auf Momente der »gemachten« Schönheit, werden qua *Herstellungsleistung* verhandelt. Diskussionen zur Symmetrie von Gesichtern, Körpergröße, Haarstruktur,

Wangenknochen, Augenform, Länge der Beine kommen so gut wie nie vor⁸². Stattdessen besprechen die Mädchen mit großer Verve Bereiche wie Haar- und Körperpflege, Kleidung oder Make-up. Die Befragten ziehen diese Trennung zwischen anatomischen und selbst-modifizierbaren Merkmalen nicht bewusst und reflektieren sie i. d. R. nicht. Partiiell allerdings scheint durch, dass sie das Moment der Verkörperung, der kompetenten Herstellung der Inszenierung wahrnehmen, wie sich in dem folgenden Beispiel zeigt:

R2: Und ich find, also es macht einen auch hübsch wenn man was Schönes anzieht, also das gehört auch dazu – also bei meiner Schule ist auch jemand, ich find das Gesicht an sich überhaupt nicht hübsch aber ich find die zieht sich voll schön an und macht ihre Haare schön und dadurch find ich sie eigentlich auch hübsch

(Zeile 1172-1175)

Gruppenübergreifend häufig genannte positive Aspekte des Aussehens sind u. a. lange (Kopf-)Haare, glatte und haarlose Haut, der Figur angepasste Kleidung, nicht-übertriebenes⁸³ Make-up. Noch stärker evident werden negative Bewertungen, die von den Mädchen i. d. R. sehr vielgestaltig und detailliert besprochen werden. Die Aushandlungen zu Negativbildern in der Gruppe aus Gropiusstadt stehen dafür exemplarisch:

G2: [...] Ansätze find ich richtig schlimm, ANSÄTZE

G3: Ja das find ich auch

G2: Oder zu viel Make-up wenn man richtig sieht so Ränder oder nicht der Hautton, dieser Rotton

G3: Ja dieses Karottenorange – die darf man bloß nicht anfassen, berühren wenn man Angst hat die schmiert die an einem ab

((Mehrere Befragte lachen))

G2: Oder ungepflegte Haut – so Pickel wo du denkst oah kann ich dir den ausdrücken

((Mehrere Befragte lachen))

82 Natürlich ließe sich einwenden, dass in der zeitgenössischen Gesellschaft diese biologisch-anatomischen Merkmale rein quantitativ weniger vorhanden sind als modifizierbare Merkmale. Auch die kontinuierliche Vermischung des biologisch Gegebenen mit dem Bearbeitbaren ist ohne Frage eine Tatsache. Dennoch deutet die Auswertung darauf hin, dass die Aushandlungen zu körperbezogenen Selbsttechnologien so offensichtlich in Quantität und Qualität zentrale Bedeutung für die befragten Mädchen besitzen, dass der genannte Befund zutreffend erscheint.

83 In den folgenden Kapiteln werden an vielen Stellen verneinte Adjektive, d. h. mit der Vorsilbe »nicht-«, verwendet. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass die Mädchen Ideale und Werte vielfach über *Negativbilder* verhandeln. Diese Negativbilder stimmen beim Großteil der Gruppen überein – ohne jedoch, dass klar ersichtlich ist, welches eigentlich das *Positiv* dazu darstellt. Um daher den Aussagen der Mädchen gerecht zu werden, erscheint es angemessen, das Negativ des Adjektivs zur Beschreibung zu verwenden. Die Schreibweise »nicht-« ist daher bewusst gewählt, auch wenn die deutsche Rechtschreibung eigentlich eine Zusammenschreibung ohne Bindestrich verlangt. Damit sollen explizit diejenigen Fälle gekennzeichnet sein, in denen *negierte Adjektive zur Beschreibung positiv besetzter Werte* verwendet werden, um damit inhaltlich und sprachlich dicht an den Konzepten der Mädchen zu bleiben.

G6: Das sind meistens auch die Menschen die zehn Tonnen Make-up übereinander haben und sich abends dann nicht richtig abschminken und so

((Mehrere Befragte zustimmend:)) Ja/Stimmt

G4: Was bei mir nicht geht sind eklige Zähne ((Mehrere Befragte zustimmend:)) Ich find Zähne sind so krass wichtig und auch Haare – so ungepflegte oder fettige Haare – so Haare und Zähne sind bei mir irgendwie so

G1: Und Hände

G2: Und Fingernägel

G4: Wenn ich jemanden neu kennenlerne oder so guck ich eher, guck ich auf die Zähne

G1: Ich auf die Hände eigentlich – bei nem Jungen zum Beispiel wenn die so richtig abgeknabbert sind

G3: Nee beim Jungen find ich auch sowas eklig

G1: Oder bei Mädchen auch noch Füße find ich – wenn man da irgendwie so liegt und die hat richtig eklige Füße also ne Freundin hat – bei der einen, da war der Zeh nur bis zur Hälfte und gelb, öäh, da wird mir einfach, man muss ja nicht total hübsch aussehen, wenn man nicht hübsch aussieht kann man sich doch trotzdem noch pflegen [...]

G3: Man fühlt sich ja auch wohl wenn man gepflegt ist

G4: Ich find's so schrecklich wenn man mal irgendwie – so fettige Haare hat weil man mal zwei Tage

G1: Oah ich hasse das

G2: Oder nach Schweiß stinkt

[...]

G3: Was ich auch nicht mag wenn die Leute in die Schule gehen mit ihren Schlabberhosen [...] so geht man nicht, so läuft man nicht, also ich weiß nicht ich lauf doch nicht mit – so wie alte Männer mit ihrem Jogginganzug rumlatschen, find ich nicht

[...]

G1: Oder zum Beispiel in Latex oder ganz schwarzen Sachen oder diese Spitzendinger

G4: Oder diese Strumpfhosen ohne – Dinger drunter – Oberteil drüber mein ich

G1: Es gibt so enge schwarze Leggings wo man wirklich ALLES durchsieht sag ich mal [...]

G6: Ja aber manche Leute kennen nicht die Grenze – das geht nicht – das sieht einfach nicht mehr hübsch aus

G1: Dann muss man sich fremschämen

G4: Und dann irgendwie irgendwas Modernes und was wirklich ALLE dann machen nur weil irgendwie DIE Hose jetzt modern ist ziehen die echt alle an, das kann ich gar nicht leiden

(Zeile 651-702)

Auf der Basis der induktiven Vorgehensweise der Grounded Theory lassen sich die den Aushandlungen inhärenten Konzepte herausarbeiten, die hinter den Thematisierungen, Positionierungen, Bewertungen der Mädchen stehen. Die Befunde legen nahe, dass hinter den scheinbar vielgestaltigen (positiven wie negativen) Idealbildern einige wenige spezifische Werte als gemeinsamer Nenner stehen⁸⁴ (vgl. u. a. Ensel 2001,

84 Villa und Alkemeyer (vgl. Alkemeyer/Villa 2010, Villa 2013a) machen zurecht darauf aufmerksam, dass Schönheitspraxen nicht in der Verkörperung von Werten aufgehen, sondern auch eigensinnig

Degele 2004, Villa 2008a, 2013b, Klein 2010). Demnach sind die Positionierungen der Mädchen zur Herstellung von gutem Aussehen gruppenübergreifend weitestgehend an denselben Werten orientiert. Diese erweisen sich in den Aushandlungen als normalisiert gesetzt für eine erfolgreich-kompetente Verkörperung, will das Subjekt nicht zu einem devianten werden. Das gilt für die eigenen Schönheitspraxen, die an entsprechenden Maßstäben ausgerichtet werden, aber genauso für die Lesart aussehensbezogener Inszenierungen anderer. Die Aushandlungen der »Äußerlichkeiten« erweisen sich dabei sehr stark mit – in der Mehrheit nicht bewusst reflektierten – Bewertungen und Interpretationen zum »Inneren«, also dem Selbst, verwoben.

Als gruppenübergreifend geteilt und besonders relevant ausgehandelte Werte, die normativ für andere lesbar über das Aussehen gemacht werden müssen, kristallisiert sich dabei eine Symbiose von Verweisen heraus auf einerseits

- Weiblichkeit, (heteronormative) Sexualität und Begehrenswertsein

sowie auf

- authentische Individualität, Gepflegtheit und Kompetenz.

Ob die Wert(ung)e(n) spezifisch sind für eine Altersphase, vergeschlechtlicht geprägt, für die Partizipation an einer Subkultur stehen o. ä., lässt sich in dieser Arbeit nicht eindeutig feststellen, da ausschließlich jugendliche Mädchen befragt wurden. Die weitestgehende Homogenität in allen Gruppen in beiden Jahren unabhängig vom Alter spricht zumindest dafür, dass die Werte nicht beliebig und auch nicht eindeutig jugendphasen-, subkultur- oder milieuabhängig sind, sondern für die Einstellungen weiblicher Jugendlicher exemplarisch und sozial geteilt werden, sowohl zu Beginn der 2010er Jahre als auch Ende dieses Jahrzehnts. Affektivität, Stärke, Unhinterfragtheit der Positionierungen sprechen zudem dafür, dass hier zentrale normative Orientierungen sichtbar werden, die um Normalitätsvorstellungen kreisen und Identitäts- und Selbstkonzepte berühren. Mit Villa (2008a) gesprochen geht es bei Modifikationen des eigenen Äußeren um die »Verkörperung von sozialen Normen« (ebd.: 7), die sich in den Diskursen und Praxen zu Idealbildern guten Aussehens widerspiegeln. Leichte Abweichungen in den verschiedenen Gruppen zeigt die Auswertung freilich bei der *Stärke* der Einschreibung in die Werte. Die Befunde deuten darauf hin, dass sich milieuabhängige und/oder kulturelle Kontexte abbilden (vgl. Kapitel 5.2.3, 6.2a).

a) Chiffren von Weiblichkeit – Verkörperungen vergeschlechtlicht-sexueller Ordnungen

Die Auswertungen der Gruppendiskussionen ergeben, dass für selbstsorgerische Maßnahmen zur Modifikation des Aussehens die Herstellung von Chiffren, die auf Weiblichkeit verweisen, ein zentrales Element bildet. Die Attribuierung von Weiblichkeit in

sein können. Da dieses Thema nicht Teil des Fokus dieser Arbeit ist, wird es nur gestreift (vgl. Kapitel 6).

Bezug auf das eigene Äußere und das von anderen (Mädchen und Frauen) für die öffentlichen Räume bildet sich als normativ ab in allen Gruppen. Die Befunde weisen darauf hin, dass Schönheit für die Mädchen i. d. R. untrennbar verknüpft ist mit Weiblichkeit, beide Merkmale stellen quasi eine Symbiose dar, verweisen aufeinander. Es gilt – bis auf den privaten Raum –, die *Zuordnung auf Weiblichkeit* unmissverständlich zu verkörpern. Das verweist auf die Mächtigkeit der hier wirksamen Normalisierungen, die in den unhinterfragten und selbstverständlich angenommen Positionen und Nicht-Thematisierungen durchscheinen.

Teilweise sichtbar wird dies auf der manifesten Ebene, wenn Leitbilder für Schönheitshandlungen in direkten Zusammenhang mit der Betonung von als geschlechtstypisch empfundenen Merkmalen gebracht werden. Solcher Art Aushandlungen zu Symbolisierungen von Weiblichkeit treten vor allem in den Aussagen zum Thema (Kopf-)Haare und Schminken auf, teilweise nehmen die Mädchen auch Bezug auf Kleidung:

I: [...] es würde mich mal interessieren ob Ihr, was Ihr so macht um Euch schön zu machen? [...]

G1: Hübsche Kleidung – vorteilhaft halt – oder Push-Up-BH

(Zeile 471-479)

Darüber hinaus werden die Chiffren aber vor allem erkennbar in den impliziten Wissensordnungen und verdeckten Sinnstrukturen, die vielfach in Nebensätzen, Beiläufigkeiten oder Exkursen im Rahmen von Positionierungen zu anderen Themen auftauchen. Es ist aufgrund dieser Nicht- bzw. beiläufigen Thematisierungen des fraglos Gegebenen (vgl. Degele 2004) diffizil, dieses Axiom sichtbar zu machen. Evident werden die Diskurse vor allem im Gesamtkontext, in der Gemengelage von Abgrenzungen, Differenzen, vermeintlichen Beiläufigkeiten – Momenten, in denen die scheinbaren Selbstverständlichkeiten sichtbar werden und so auch ihr Licht auf verborgene Annahmen von Devianzen und Ideologien werfen. Nachzeichnen und umreißen lässt sich im Rahmen dieser Arbeit das Selbstverständliche, Naturalisierte, Normalisierte, der Problematisierung Entzogene in den Sinnstrukturen dort, wo Nicht-Thematisierungen auffällig werden. Bspw. wenn Referenzen in Form von Gegenständen oder Abweichungen formuliert werden, wenn die Befragten bestimmte Erscheinungen als bemerkenswert-auffällig hervorheben und dadurch evident wird, dass das Normativ-Selbstverständliche davon abweicht.

Für diese latenten Ebene finden sich in der Auswertung der Gruppendiskussionen eine Vielfalt von Befunden. So zeigt sich etwa, dass bestimmte Schönheitspraxen als geschlechtstypisch mit Weiblichkeit verknüpft werden. Zentraler Modus dafür ist das Schminken sowie spezifische Handlungen des Frisierens der (langen Kopf-)Haare. Diese Bereiche stellen den größten Teil der Aushandlungen der Mädchen zu eigenen Schönheitspraxen. Beim Frisieren werden zwar Verschmelzungen sichtbar mit Praxen, die auch für Männer als legitim angesehen/erwartet werden (vgl. Kapitel 5.2.2b). Handlungen, die speziell an lange Haare geknüpft sind, wie glätten, flechten, stecken, erweisen sich allerdings analog zum Schminken als starke vergeschlechtlichte Chiffren. Offensichtlich wird auch, dass die Befragten Schönheitspraxen, die auf Geschlechtszugehörigkeit hinweisen, als normativ setzen für *alle sozialen Kontexte* – außer für den

nicht-öffentlichen Raum (s. u.). Gleichzeitig zeigen die Aussagen der Mädchen, dass sie die Herstellungspraxen bzw. deren Quantität banalisieren und trivialisieren und Aufwand, Zeit und Mühe als Normalität wahrnehmen. Beispielhaft dafür steht die Angabe einer Befragten aus der Zehlendorfer Gruppe:

Z1: [...] und ja schminken tu ich mich auch aber nicht extrem also – einfach schlichte Sachen, Mascara, Abdeckstift manchmal Lidschatten oder bisschen Kajal aber – Lipgloss oder Labello als jetzt nicht extreme Sachen
(Zeile 935-937)

Sehr verdichtet erkennbar zeigt sich dies auch in der Aussage eines Mädchens der Friedenauer Gruppe:

F1: Ja, zum Beispiel manchmal schminkt man sich und zieht sich an und merkt das ist ja irgendwie alles Mist und dann fängt man nochmal von vorne an, schminkt sich nochmal komplett ab. Und sowas passiert mir zum Beispiel immer wenn ich verschlafe, passiert mir immer sowas und das nervt mich zum Beispiel auch immer total weil ich dann denke so, wieso muss ich jetzt alles wieso muss ich jetzt alles nochmal machen und dann mach ichs aber trotzdem weil ich weiß nicht, is so
(Zeile 1196-1200)

Auffällig durch die gruppenübergreifende Homogenität der Thematisierungen und Positionierungen sind Aushandlungen, die auf die Normativität der Verwendung von Schminke hindeuten. Die Benutzung von Schminke wird insofern als stark vergeschlechtlichtes Chiffre interpretiert, da die Befragten es ausnahmslos als Praxis beurteilen, die Frauen vorbehalten ist und von Männern nicht ausgeführt werden darf.

PB3: So krank, also ich finde ich sehe krank aus ohne Wimperntusche
(Zeile 288)

Z3: Aber in die Schule würd ich niemals gehen ohne Schminke – also ohne Wimperntusche wenigstens
(Zeile 1045)

P3: Aber mir ist das schon wichtig, also ich würd glaub ich nicht ohne Schminke in die Schule gehen
(Zeile 859)

Ebenfalls in dieser Form lassen sich die Aussagen der Mädchen interpretieren zum Besitz von weiblich assoziierten Mitteln zur Herstellung aussehensbezogener weiblich-vergeschlechtlichter Symbole, wie Kosmetik, Körperpflege, Kleidung, sowie zu Aufwand und Geld, die in den Erwerb der Mittel investiert werden:

G4: Ja genau, wenn man allgemein mehr Geld hat würd ich mehr für Klamotten ausgeben als für Schminke
G3: Ja das auch, ja
G2: Ich würd für Nägel gern mehr Geld ausgeben
G3: Ja für neuen Nagellack und da ist Glitzer [...]

G4: Wenn ich genug Geld hätte würd ich glaub ich mal machen lassen alles – so, nicht jetzt künstlich so wie Du oder – Maniküre oder so – da würd ich dann hingehen

G1: Ich bin ein Unterwäsche-Fetischist, ich liebe Unterwäsche

((Mehrere Befragte:)) Ja/Stimmt ((lacht))

G3: Und Schuhe

G?: Und Schmuck auch

G4: Schuhe und Taschen

((Mehrere G durcheinander:)) Schuhe gar nicht/Doch Schuhe schon/Könnt ich mir immer holen/Und für jedes T-Shirt eine Tasche

(Zeile 617-632)

Für die Zentralität weiblicher Chiffren sprechen auch die häufig vorkommenden Aussagen der Mädchen, dass das Nicht-Vornehmen bestimmter Handlungen eine Auffälligkeit darstellt: Die Mädchen schildern gruppenübergreifend, dass es eine dezidiert von anderen thematisierte formulierungswürdige Besonderheit ist, wenn Mädchen nicht geschminkt sind. Make-Up scheint solch ein relevantes Mittel zu sein, das normativ erwartet wird⁸⁵:

KB4: [...] Ich habe mich halt für ne Zeitlang wirklich jeden Tag geschminkt. Und dann kam ich zwei Tage mal ohne Make-Up. So: XY ((Name von KB4)) bist du krank? Geht's dir gut?

(Zeile 617-632)

In den Aussagen zeigt sich, dass es nicht nur auffällig für andere ist, nicht geschminkt zu sein, sondern dass das Nicht-Schminken erklärungsbedürftig ist⁸⁶:

R1: Ich mach eigentlich (ohne?) Make-up und nur n bißchen Rouge und Wimperntusche mach ich eigentlich eh nicht weil ich ne Brille hab und weil ich – dann bleiben immer die Wimpern an der Brille hängen

(Zeile 621-623)

P3: [...] Bei mir war's ne Zeitlang immer so dass alle gesagt haben, häh du siehst ja jeden Tag gleich aus ((Mehrere Befragte lachen)) – DOCH! Habt Ihr schon gesagt

P4: Ja weil Du nur die gleiche Frisur hast, weil Du mit Deinen Haaren mal mehr machen – solltest

P3: Ja aber auch so auf Schminke bezogen

(Zeile 905-908)

85 Eine andere bzw. ergänzende Erklärung ist, dass dieser Aspekt den Mädchen bewusst ist im Gegensatz zu anderen Praktiken.

86 Teilweise wird das Nicht-Verwenden von Makeup o. ä. allerdings bewusst eingesetzt als Pflegestrategie, wie die Aussagen aus der Reinickendorfer Gruppe exemplarisch zeigen: Ja ich find's auch, also zum Beispiel – im Sommer jetzt da schmink ich mich auch nicht so doll wie jetzt im Herbst oder im Frühling oder so weil ich dann finde, trag ich zum Beispiel kein Makeup weil ich dann finde – das ist viel schöner für die Haut und weil man dann selber so – Farbe von der Sonne bekommt oder so (Zeile 709-712)

Hieraus resultieren bei den Personen, die das Auslassen von Praxen wahrnehmen, offensichtlich bestimmte Konnotationen und Bewertungen, ganz im Sinne des Watzlawickschen Axioms, man könne nicht nicht kommunizieren.

Neben dem Schminken zeigen sich die Verweise auf Weiblichkeit besonders deutlich in den Aushandlungen zu Haaren. Die Befunde weisen darauf hin, dass bestimmte Haarlängen und -farben zentrale Symbole im Rahmen der Schönheitshandlungen darstellen. Alle Befragten positionieren sich an traditionellen Weiblichkeitsidealen orientiert. Besonders auffällig durch die (selbstreferenzielle) Häufigkeit und Homogenität sind Aussagen zu Kurzhaarschnitten – darunter verstehen die Mädchen anscheinend alle Frisuren, bei denen die Haare kürzer als Kinnlänge sind. Solche Frisuren werden in allen Gruppen ungestützt als absolutes »No-Go« formuliert, sie implizieren für die Befragten offenbar Nicht-Weiblichkeit:

R4: Ich würd, ich würd meine Haare färben aber ich würd ich würd NIE weitergehen als so n Kurzschnitt also ich würd NIE meine Haare so kurz schneiden lassen

R2: Nee das würd ich auch nicht

R4: Also auf KEINEN Fall was weniger ist als so – aber ich würd die schon also würd ich wirklich wollen ich würd jetzt nicht einfach so wenn jemand sagen würde ok das und das würd dir stehen – würd ich auch nein sagen weil ich lange Haare eigentlich voll mag – aber aber ich würd niemals so richtig kurz schneiden lassen

(Zeile 553-559)

KH4: [...] Ich würde [...] niemals meine Haare für [...] einen Job weggeben. Ich weiß, dass die nachwachsen, aber ich schätze, wenn ich dann da Model bin und meine Haare nachwachsen, werden sie mir wieder abgeschnitten. Das ist wie so, meine Haare gegen Model sein

KH2: Ich hänge total an meinen Haaren

(Zeile 446-450)

K2: Wenn ich SO RICHTIG lange schöne gepflegte Haare haben, wirklich wo man – zehn Jahre lang brauch um die sie so wachsen zu lassen und dann kommen die in einer halben Stunde an und sagen ((imitiert)) wir machen sie ne Kurzhaarfrisur, ist in, sieht richtig gut aus – und nach einem Jahr ist das vielleicht nicht so mehr aktuell und dann hast du so ne scheiß Kurzhaarfrisur und du hast zehn Jahre lang gebraucht um die bis – bis zu den Hüften wachsen zu lassen – das würd mich schon richtig ärgern

(Zeile 358-363)

P2: Na ja, ich hatte schon mal die Situation, also so ähnlich. Ich war bei nem Casting zum Film und war dann unter den letzten Dreien und dann meinten die dann eben, ja, es ging eben so n bisschen um die – ähm – NPD-Szene – und eben ein Mädchen was sozusagen in diese Szene reinrutscht. Und da meinten die dann eben, ja für den Film müsstest du dir dann schon so so kurze Haare, 10 cm lange Haare schneiden – und ähm das war dann so der Punkt wo ich dann gesagt hab, nee das mach ich dann doch nicht und da hab ich mich dann auch dagegen entschieden – und ähm – ja da war ich auf jeden Fall froh drüber weil – also dann ist mir das dann schon wichtiger wie ich im

Alltag wirke als so für anderthalb Stunden Filmszene

(Zeile 472-479)

In abgeschwächter Form gilt dies auch für bestimmte Haarfarben, die als nicht traditionell weiblich assoziiert werden⁸⁷. Exemplarisch dafür stehen Aussagen der Befragten der Zehlendorfer Gruppe:

Z1: [...] also ich MÖCHTE einfach nicht nen roten Bob oder so, will ich einfach nicht aber wenn's irgendwie n anderer Haarschnitt ist oder so, mit meinen blonden Haaren [...]

Z3: Also auch nicht so n roten Bob oder so würd ich nicht machen

(Zeile 880-893)

Bei den Aushandlungen zu Haarschnitt und Haarfarbe scheint die Intensität und Relevanz weiblich codierter Merkmale durch, die für die Mädchen notwendig sind, um sich als weibliches Subjekt (sichtbar) und intelligibel für die Blicke anderer zu fühlen. Das verweist auf die wirkmächtigen Normierungen und Ideologien, die Aussehen und Weiblichkeit inhärent sind. Bezeichnenderweise geben in einigen Gruppendiskussionen die Befragten an, sich gerne von ExpertInnen »umstylen« zu lassen, auch was Frisur und/oder Haarfarbe angeht. Bei Nachfragen, ob das auch für Kurzhaarfrisuren oder Glatze gilt, lehnen die Mädchen dies ab in einer Form, die zeigt, dass diese Negation quasi als Selbstverständlichkeit verstanden und erst gar nicht in Betracht gezogen wird. Zu einem ähnlichen Befund zur Relevanz von Haaren kommt auch Degele (2004) in ihren Forschungen:

»Haare naturalisieren das Soziale, weil sie eine ähnliche Funktion wie Kleidung und Schmuck haben, allerdings über eine stärkere körperliche Basis verfügen. [...] Haare sind gleichzeitig öffentlich (sichtbar), persönlich (mit dem Körper verbunden) und hochgradig wandelbar. [...] Unterscheidet man drei Zonen der sozialen Bedeutsamkeit von Haaren (Kopf, Gesicht, Körper), gelten für Männer und Frauen unterschiedliche Normen: Der weibliche Körper ist unbehaart, der Kopf aber behaart. Bei Männern verhält es sich genau umgekehrt. Männer sollten über Zeichen von Haarwuchs verfügen, Frauen außerhalb des Kopfes nicht.« (Ebd.,: 168f.)

Als Begründung für die Ablehnung argumentieren die Mädchen häufig, sich solcherart frisiert hässlich zu fühlen. Da die Haare als zentrale Chiffre für Weiblichkeit gelesen werden, liegt die Vermutung nahe, dass Hässlichkeit in dem Fall Un- bzw. Nicht-Weiblichkeit impliziert. Die in der Gegenwartsgesellschaft enge Verflechtung von Schönheit(-shandeln) und Subjektivierung lässt die Frage zu, ob der Selbstwert der Mädchen zu wesentlichen Teilen auf die Identität als Frau bzw. die Markierung der Geschlechterdifferenz und die Selbstinszenierung als heteronormatives Subjekt referenziert (s. u. und vgl. Kapitel 6.2a).

Auch bei Bewertungen von Prominenten – im Rahmen von Positionierungen, die durch Selbstreferenzialität und Stärke der Aussagen darauf schließen lassen, dass re-

87 Hierdurch erklärt sich vermutlich auch die Tatsache, dass eine *Germany's Next Topmodel*-Kandidatin, die im Umstyling als Frisur einen roten Bob bekam, bei so vielen Befragten so deutlich und häufig erinnert wurde (vgl. Kapitel 5.1.2).

levante Einschreibungen zum Tragen kommen – fällt auf, dass Symbolisierungen von Weiblichkeit ein relevantes Kriterium für Beurteilungen darstellen. Bspw. wird in der Kreuzberger Gruppe das Aussehen der *Germany's Next Topmodel*-Kandidatin Alisar⁸⁸ ablehnend verhandelt unter Verwendung nicht-weiblich assoziierter Substantive:

- K4: Oah, ich hasse Alisar
 K2: Die ist so schlecht
 K1: Ich hab auch gar nicht verstanden warum sie genommen wurde
 K4?: Wie (Michael Jackson?)
 K2: Die die die hat so etwas Bizarres, so was Hartes
 K4: Die sah aus wie (?), hat genauso ausgesehen
 ((Mehrere Befragte lachen))
 K2: Jorge in weiblich ((lacht))
 K4: Ich fand sie richtig hässlich ehrlich gesagt
 (Zeile 219-227)

Ähnliche Ab- bzw. Aufwertungen »öffentlicher Personen«, basierend auf der Zuschreibung mangelnder Weiblichkeit, finden sich ausgehandelt anhand variierender Chiffren. Beispielhaft zeigt sich das in den folgenden Bemerkungen:

- P4: Ich fand Emma Watson auch immer schön aber jetzt hat sie kurze Haare
 (Zeile 723)
- G4: [...] also Angelina Jolie find ich nicht hübsch
 G2: Nee ich auch nicht
 G4: Die ist mir viel zu dünn
 [...]
 G1: Sie WAR mal richtig hübsch
 G3: So als sie so, sie hatte so nen schönen weiblichen Körper, da fand ich sie auch hübsch
 G2: Und Christina Aguilera
 G1: Oh ja, die ist auch hübsch
 G3: Die hat auch nen weiblichen Körper und ist nicht so dünn
 G1: Ja nen weiblichen Körper
 G2: Sie ist richtig dünn, sie hat Titten aber sie ist so ((schnalzt mit der Zunge))
 (Zeile 438-453)

Die Zentralität von als geschlechtsspezifisch empfundenen Verweisen lässt sich ebenfalls ablesen in den Aushandlungen zu männlichem Schönheitshandeln (vgl. Kapitel 5.2.2b). Auffallend in den Gruppendiskussionen sind etwa die häufig auftretenden Irritationen, mit denen die Mädchen auf die syntaktische und semantische Kombination von »männlich« und »sich schön machen« reagieren. Die Befragten antworteten häufig mit Lachen, Lächerlichmachen der Frage, Nachfragen, Ironisierungen, Unsicherheiten, Distanzierungen bis zu hin zu Sprachlosigkeit. Die Vorstellung, dass

88 Alisar ist eine derjenigen Teilnehmerinnen der Castingshow, die regelmäßig – i. d. R negativ – thematisiert werden (vgl. Kapitel 5.1.2 und 5.1.3a).

Männer sich schön machen, scheint die Mädchen spontan zu konsternieren und teilweise gar abzustoßen. Im Verlauf der Antworten und der sich daraus entwickelnden Diskussionen legen sich die Irritationen i. d. R., und es zeigt sich, dass die Befragten deutliche Differenzierungen zwischen männlichem Schönheitshandeln und dem von Frauen aufmachen. Insgesamt deutet sich an, dass die Mädchen das Sich-schön-machen primär als vergeschlechtlicht-weiblich betrachten. Konsens in allen Gruppen ist, dass männliches Schönheitshandeln in der Sichtbarkeit sowie der Herstellungsleistung nur reduziert erkennbar sein darf bzw. durch eindeutig männliche konnotierte Merkmale ergänzt werden muss. Bei den Positionierungen zu den Erwartungen an die Praxen von Jungen/Männern wird deutlich, dass die Mädchen andere (An-)Forderungen stellen an Aufwand und Intensität, nämlich geringere, als an Mädchen/Frauen. Dies wird nicht als individuelle Meinung ausgehandelt, sondern als normativer, sozial gültiger Maßstab für ein adäquates männliches Äußeres⁸⁹. Beispielhaft für diese Einschreibungen stehen die folgenden Aussagen der Befragten der Prenzlauer Berg Gruppe⁹⁰:

PB3: [...] aber keine Augenbrauen zupfen, das ist ist schwul – ich weiß nicht, so EXTREM irgendwie

[...]

PB3: Für Männer ist schlimm wenn die, wenn die das irgendwie – übertreiben

PB4: Hier ein Cremchen und da ein – oh Gott! ((Mehrere Befragte lachen))

I: Und warum?

PB3: Das kommt nicht mehr männlich

PB1+PB4: JA/Genau

PB3: Das ist dann eher – ja feminin

(Zeile 442-460)

Bei den Antworten wird in allen Gruppen verbalisiert, wie zentral für die Mädchen beim Äußeren von Jungen und Männern der Verweis auf Männlichkeit ist – und speziell durch aussehensbezogene Praxen nicht verwischen oder gar ganz verschwinden darf (vgl. Kapitel 5.2.2b):

T2: Ich finde bei Männern ist es oft – schon leicht übertrieben was sie machen also ich find's völlig – unmännlich sich die Beine zu rasieren zum Beispiel und, keine Ahnung, ich kenn vielleicht ein oder zwei die das machen und ich habe dafür überhaupt kein Verständnis

(Zeile 598-600)

89 Wie in Kapitel 5.1.2 dargestellt, ist es auffällig, wie normalisiert die Befragten den Begriff „schwul“, wie auch Assoziationen in dessen Radius, negativ verwenden – ohne dass sich hier Antworten sozialer Erwünschtheit zeigen. Das lässt darauf schließen, wie gängig im öffentlichen Diskurs die Abwertung von (männlicher) Homosexualität ist.

90 Wie bereits im Kapitel zur Aneignung von *Germany's Next Topmodel* (vgl. Kapitel 5.1) ausgeführt, ist auffällig, wie offen die Mädchen ihre eher abwertende und negative Meinung zu Homosexualität kundtun. Dies spricht dafür, dass Vorurteile gegenüber Homosexualität unter Jugendlichen verbreitet sind und Stigmatisierungen Nicht-Heterosexueller als deviante Randgruppe gängig und akzeptiert sind.

R6: Also es gibt ja manche Männer, also die tragen Make-up und so, also in unserer Schule gibt's n Junge der trägt Make-up und den find ich total hässlich also obwohl er ist hübsch, gut gebräunt und so was aber wenn er diesen Make-up drauf macht dann sieht er einfach so – wie ein Mädchen aus

(Zeile 1044-1047)

Diese Relevanz geschlechtlicher Zuordnungen besteht in den Sinnstrukturen der Mädchen mit Sicherheit nicht nur in Bezug auf Männer, sondern komplementär ebenso für Frauen. Vermutlich werden die Zusammenhänge bezüglich Mädchen/Frauen selten verbalisiert, weil sie viel stärker verwoben mit weiblichem Schönheitshandeln sind. Dass die aussehensbezogene Darstellung von Weiblichkeit (und Männlichkeit) also auch immer mit der Verortung als geschlechtliches Subjekt zu tun hat, fügt sich wiederum ein in den Befund, dass die Mädchen die Verweise auf Weiblichkeit auch als Verweise auf Sexualität bewerten. Die Auswertungen geben Anlass zu der Vermutung, dass es beim aussehensbezogenen Doing Gender, das die Mädchen aushandeln, nicht bloß um die Inszenierung von Weiblichkeit geht, sondern damit im Zusammenhang auch um sexuelle Ordnung (vgl. Degele 2004, Villa 2008). Dafür stehen bspw. die Irritationen, die die als schwul gekennzeichneten Jurymitglieder bei den Befragten übergreifend auslösen (vgl. Kapitel 5.1.2), gepaart mit starkem Interesse, wie die vielen selbstläufigen und -referenziellen Thematisierungen zeigen. Ähnliches gilt für die Gruppendiskussionen 2017, bei denen die häufigen Thematisierungen einer *Germany's Next Topmodel*-Kandidatin auffallen, die transsexuell ist, wie auch für die Irritation und Ablehnung einer Befragten der Weddinger Gruppe gegenüber einer Person mit offensichtlich uneindeutiger, nicht-binärer Geschlechtsidentität:

W1: Zum Beispiel es gibt n Freak hier, der läuft hier immer rum der hat ne Schönheitsoperation gemacht als Frau – er läuft jetzt jeden Tag wie ne Frau hier rum das find ich so was von ekelhaft

(Zeile 223-224)

Auch in den Aussagen der Friedenauer Gruppe zur Lebenswelt Schule wird paradigmatisch deutlich, wie stark die Verknüpfung von vergeschlechtlichten Schönheitspraktiken mit der Verortung als sexuelles Objekt im heteronormativen Raum ist⁹¹:

F1: Total krass. Und auch wenn man, was ich auch immer ganz schlimm finde wenn so Mädchen die sich nicht so weiblich kleiden oder so dann gleich so als ja nicht richtige Mädchen oder so abgestempelt werden

F: Oder irgendwie oder Lesbe oder sowas

[...]

F4: Oder die achtet ja überhaupt nicht darauf, was sie macht, oder so

(Zeile 1468-1473)

91 Aber auch der absente Verweis auf Gepflegtheit wird hier offenbar als unweiblich interpretiert (vgl. Kapitel 5.2.1b).

In diesen Aussagen lässt sich zudem ein weiterer Befund ablesen, nämlich die Kontextabhängigkeit von Schönheitspraxen und die Notwendigkeit der Positionierung im (hetero-)sexuellen Gefüge qua weiblicher Chiffren. Die Aushandlungen der Mädchen zeigen, dass sie für unterschiedliche Räume unterschiedliche Anforderungen an die Sichtbarkeit der zu inszenierenden Werte stellen. Die geschlechtsspezifischen Verweise auf Weiblichkeit sind wie ausgeführt diejenigen, die am wesentlichsten sind. Darüber hinaus sind sie den Befunden zufolge diejenigen, bei denen der größte Unterschied in den Anforderungen an Sichtbarkeit in Abhängigkeit von den verschiedenen Räumen besteht – zwischen den Polen »starke Sichtbarkeit notwendig« und »keine Sichtbarkeit notwendig« (vgl. Kapitel 5.2.1c). In allen öffentlichen Räumen ist den Aushandlungen der Mädchen zufolge der Verweis auf Weiblichkeit im Rahmen des Äußeren notwendig, die Lesbarkeit von Geschlechtlichkeit ist hier höchstrelevant. Speziell im Rahmen von Partys/Festivitäten müssen die weiblichen Chiffren offenbar sehr stark sichtbar sein, entsprechend intensiv sind die Herstellungspraxen. In der privat/nicht-öffentlichen Lebenswelt von Familie und Zuhause sind die Verweise dagegen nicht erforderlich. Beim Aussehen bzw. dessen Herstellung als Träger von (Re-)Produktionen sozialer Bedeutungen wirken also im Hinblick auf die verschiedenen Lebenswelten jeweils spezifische »Identitätsmarker« virulent. In Bezug auf Weiblichkeit zeigt der Befund, dass es für die Jugendlichen primär wichtig ist, im öffentlichen Raum, insbesondere im Zusammensein mit *gegengeschlechtlichen* Peers an Orten des Feierns, als weibliches Subjekt erkennbar zu sein. Weiblichkeit als zentraler Identitätsmarker dient dann (auch) dazu, sich in der sexuellen Ordnung zu verorten. Die Befunde lassen darauf schließen, dass die Inszenierungen von Weiblichkeit (auch) darauf abzielen, die eigene Geschlechtlichkeit in der binären Geschlechterordnung als heterosexuell lesbar für andere zu machen. Schönheitshandlungen fungieren also immer auch als Doing Gender und dienen der (Re-)Konstruktion sozialer Ordnung (vgl. Villa 2006 und weiterführend Kapitel 5.2.3 und 6.2b). Hier zeigt sich besonders deutlich: Das Aussehen ist keine Äußerlichkeit, sondern eng verknüpft mit Identität. Das selbstergestellte Äußere wird als *Repräsentation des Selbst* gelesen, und ist daher untrennbar verbunden mit herrschenden Werten, Normen und gesellschaftlichen Machtgefügen. Dies gilt mutmaßlich auch für Milieu und Kultur, denn in welchen Formen weibliche Chiffren konstruiert und als angemessen interpretiert werden, variiert in den Aushandlungen partiell und gruppenabhängig.

b) Fitting in and sticking out: Verweise auf Autonomie, Individualität, Gepflegtheit, Natürlichkeit und Kompetenz

Neben den Verweisen auf Weiblichkeit und Verortung in der Geschlechterordnung machen die Befunde auf ein weiteres Ensemble von Werten aufmerksam, an denen die jugendlichen Mädchen ihre aussehensbezogenen Selbsttechnologien ausrichten. Leitend scheint eine Melange, die sich selbst auf analytischer Ebene schwierig ausdifferenzieren lässt. Es greifen aufeinander verweisende Werte im Radius von

- Authentizität, Individualität und Autonomie, mit denen der eigene Stil demonstriert wird in dem Sinne, dass das eigene Aussehen nicht als ausgerichtet an den

Vorgaben oder Normen anderer, sondern als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit erscheinen muss,

- Kompetenz, Expertenschaft, Können, mittels derer die Herstellung guten Aussehens sichtbar wird als *erfolgreiche* Eigenleistung, orientiert an eigenen Idealen und Wissen um Erfordernisse des sozialen Kontexts,
- Natürlichkeit und Nicht-Künstlichkeit, die eine Symbiose eingehen im Fixpunkt der Gepflegtheit; diese demonstriert offensichtlich, dass frau »auf sich achtet« und Zeit und Arbeit investiert in ihr Äußeres.

Dabei handelt es sich offensichtlich um einen Wertebereich mit diversen Grauzonen, Schnittflächen und -mengen. Bedeutsam scheint die Relevanz der Herstellung von sichtbarer Kompetenz beim Sich-schön-machen, die verbunden ist mit dem Wissen um die Angemessenheit von Schönheitshandlungen in Abhängigkeit der sozialen Kontexte. In enger Verbindung dazu steht, mit dem Aussehen Natürlichkeit und Individualität zu verkörpern, um zu demonstrieren, dass das Äußere ein Zeichen nicht etwa von Fremdgesteuertheit, sondern von Autonomie ist, die die eigene Identität widerspiegelt und als Einheit mit dem Selbst für Wohlfühlen und Selbst-Kohärenz steht.

Das Ideal der Selbstbestimmung auch beim Aussehen zu inszenieren, im Sinne von eigenem Stil und Individualität, fällt in den Positionierungen in allen Gruppen ins Auge aufgrund der Häufigkeit der Hervorhebungen und auch der inhaltlichen Homogenität. In diesem Sinne lässt sich bspw. die Aussage eines Mädchens der Pankower Gruppe verstehen:

PB4: Also ich find am schönsten kann jemand sein wenn er – aus sich das Beste macht und nicht irgendwie anderen nacheifert
(Zeile 599-500)

Eine Befragte der Weddinger Gruppe betont: »Ich hab meinen eigenen Style« (Zeile 139). Inhaltlich ähnlich, nur etwas wortreicher, argumentiert auch ein Mädchen aus der Zehlendorfer Gruppe:

Z1: Mmh ja, auf alle Fälle auf Klamotten achten und was man kauft aber bei mir ist das nicht unbedingt Mainstream also oft sieht man natürlich Sachen, die viele anhaben und dann denkt man das sieht schön aus, kauf ich mir auch mal aber ich versuch auch n bisschen individueller nicht groß auffallend aber meinen eigenen Stil zu entwickeln
(Zeile 932-935)

Als bedeutsam bildet sich ab, sich autonom, individuell und authentisch sichtbar zu machen. Wie bereits im Zusammenhang mit der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* ausgeführt scheinen Rationalitäten und Modi im Umfeld von Schönheitshandeln nur dann lesbar und wertvoll zu sein, wenn sie als (kompetente) Eigenleistung (s. u.) erkennbar werden und als ausgerichtet an eigenen Maßstäben (vgl. Kapitel 5.1.3b). Denn nur so werden diese offenbar als Ausdruck des eigenen Selbst rezipiert und anerkannt, nicht als Imitation. Diese Facette lässt sich in einen Zusammenhang stellen mit kontemporären gesellschaftlichen Entwicklungen, die jede/n einzelne/n auf allen Ebenen (beruflich, emotional-psychisch, in der Freizeit, in der Beziehung usw.) zu Selbstfin-

derung, Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung aufrufen (vgl. Kapitel 2). Es gilt, nicht durchschnittlich oder mittelmäßig sichtbar zu werden, um sich abzuheben (aber nicht abzuweichen, s. u.), um sich als selbstbestimmt, selbstbewusst, als UnternehmerIn ihrer/seiner selbst, unabhängig und unbeeinflusst von den Meinungen anderer, als VertreterIn der eigenen Persönlichkeit dem Wettkampf der neoliberalen Gesellschaft stellen zu können.

Und auch nur dann geht Subjektivierung und damit Schönheitshandeln mit Wohlfühlen (vgl. Degele 2004⁹²) einher, darauf deuten die Einschreibungen der Mädchen hin. Hier zeigt sich eine weitere Facette im Ensemble des Wertekanons, der Schönheitspraktiken anleitet und für den Schönheitspraktiken gelesen werden wollen: Der Anschein von Wohlfühlen und die Verkörperung von Persönlichkeit und Individualität verweisen aufeinander und bedingen sich. Das Äußere muss eine Kohärenz zwischen innen und außen symbolisieren und ein Wohlfühlen mit sich selbst und den eigenen Handlungen. Denn Wohlfühlen steht offenbar konsensuell im Einklang mit Wahlfreiheit, Freiwilligkeit, Freude, Spaß⁹³:

PB5: [...] ich geh auch joggen weil ich mich da irgendwie wohler fühle
(Zeile 299)

F3: Ja und ähm, wenn ich dann auch mit meinem neuen och, mit meinem neuen Schminkpinsel und so und ich seh so, ja boah die funktioniert viel besser auf meiner Haut als die andere Foundation, dann fühl ich mich natürlich schon besser
(Zeile 1081-1083)

P3: Ich geh tanzen aber das mach ich eigentlich nicht fit äh nen guten Körper zu haben weil das bringt es eh nicht also da muss man dann gezielter arbeiten Also das ist eher so aus Spaß weil ich mich auch n bisschen bewegen will
(Zeile 753-755)

Diese Formen der »Legitimierungen« erscheinen für die Mädchen relevant, um dem Eindruck vorzubeugen, das eigene Schönheitshandeln wäre orientiert an fremden Maßstäben und/oder dem Blick anderer und damit oberflächlich. Denn dann hätte es – diese Ideologie steht offensichtlich hinter den Aussagen – keinen Bezug zum

92 Degele (2004) hat diesen Aspekt in ihrer Studie sehr detailliert aufgearbeitet. In Degeles Gruppendiskussionen nehmen die Diskurse zur Präsentation des eigenen Schönheitshandelns als für sich selbst (*privates Schönheitshandeln*) und primär auf Wohlfühlen ausgerichteter Zweck (*Schönheitshandeln als Spaß bzw. Wohlfühlideologie*) einen zentralen Platz ein. In dieser Arbeit zeigt sich diese Ideologie, der Verweis darauf, dass Schönheitspraktiken mit Wohlfühlen verknüpft sein muss, nicht in dem Ausmaß wie in Degeles Forschung. Möglicherweise liegt es an den Fragestellungen, möglicherweise auch am Alter der Befragten.

93 Vermutlich liegt das zumindest teilweise daran, dass Wohlfühlen mit Sich-sicher-fühlen verknüpft ist und gebunden ist daran, auf die Anforderungen der unterschiedlichen Räume adäquat zu reagieren und das eigene Aussehen angemessen zu gestalten. Insofern erzeugt das Wissen um die eigene angemessene Erscheinung und die eigene Kompetenz in der Anwendung von Schönheitspraktiken möglicherweise tatsächlich ein Wohlgefühl. An dieser Stelle werden wiederum die Verflechtungen mit den Momenten von Können und Kompetenz sichtbar.

Selbst und wäre trivial, banal, sinnentleert. Auf diese Weise stellen die Mädchen diskursiv einen Gegenpol her zum Bild aussehensbezogener Praxen unter Druck und Zwängen, dem Bild, sich für die Blicke anderer herzurichten. Dahinter steht vermutlich auch die ostentative Herstellung von Handlungsmacht. Exemplarisch für diese Einschreibung lassen sich die folgenden Aussagen aus der Friedenauer und der Prenzlauer Berg Gruppe interpretieren:

F2: [...] Genau, ich hab zum Beispiel, alle alle Mädchen tragen ja immer diesen schwarzen engen Jeans

F: Ganz schrecklich

F3: Und bauchfrei

F2: Davon hab ich zwei, eine davon trag ich vielleicht einmal im Monat. Den Rest trag ich eigentlich so etwas weiter geschnittene, die heißt so MAM-Jeans heißen die, die sind nicht so eng und die sind einfach bequemer. Also ich find, weil an mir sieht's auch irgendwie besser aus und es ist ja zwei Fliegen mit einer Klappe, ich fühl mich gut darin und ich find es sieht toll so [...]

F1: Ja, weil wenn man sich so schön macht, dann macht man sich für sich schön und nicht mehr so was als schön gilt irgendwie

(Zeile 1133-1145)

PB1: Man kann sich ja auch in Highheels wohlfühlen – also so, man kann sich ja auch in Highheels und kurzem Kleid wohlfühlen, ist halt die Sache WIE man sich wohlfühlt [...]

PB1: Also so dass man sich selber noch

PB5: Erkennen kann

PB1: Ja genau, identifiziert mit dem was man trägt

(Zeile 907-912)

Insgesamt fällt in fast allen Gruppen auf, wie stark es gilt, die Bedeutung, die das Aussehen für sich und andere hat, zu bagatellisieren. Mittel dafür sind etwa die beschriebenen Distanzierungsstrategien – bspw. über den Verweis aussehensbezogener Praxen in den Pflegemodus –, die Betonung der Relevanz innerer Werte, die Negation des Vorhandenseins von individuellen und/oder gesellschaftlichen Schönheitsidealen sowie die beschriebene Wohlfühlideologie. Die Homogenität, Unhinterfragtheit und Stärke der Einschreibung, gutes Aussehen im Sinne virulenter gesellschaftlicher Schönheitsideale als bedeutsam und maßgeblich zur Deutung von sich und den anderen zu definieren, weist auf relevante Sinnstrukturen und Wissensordnungen aus Gesellschaft bzw. öffentlichem Diskurs hin. Die Auswertung der Gruppendiskussionen zeichnet nach, dass es für die Mädchen quasi einem Zugeständnis gleichkommt, gutem Aussehen auf der manifesten Ebene einen hohen Wert zuzuschreiben, es wichtig zu nehmen. Entgegen der allgegenwärtigen Sichtbarkeit (medial inszenierter) schöner Menschen lassen hier schon fast tabuhafte Züge lesen. Wie o. g. zeigen die Befunde, dass diese Ideologie in einigen Gruppen stärker ausgeprägt ist als in anderen.

Auffällig in den Aussagen der Befragten stellen sich auch die Antagonisten dar, die die Mädchen zum Schönheitshandeln als Wohlfühlen entwerfen. Besonders Zuschreibungen eines nicht vorhandenen Ausdrucks von eigener Persönlichkeit und Authen-

tizität sowie die Konnotation mangelnder Eigenleistung werden in den Aussagen der Mädchen evident. Vielfach verweisen die Befragten dabei auf jüngere Mädchen oder auch auf sich selbst in jüngerem Alter⁹⁴. Etwa wenn in der Karlshorster Gruppe eine Befragte Kritik an ihren Schulkameradinnen äußert mit den Worten »das ist bestimmt die halbe Klasse, irgendwie acht Mädchen oder so, die sehen alle gleich aus« (Zeile 1180-1181). Auch Aussagen aus anderen Gruppen sind vom Tenor her sehr ähnlich:

G3: Wenn man überlegt was man früher so anhatte, um Gottes willen ((Mehrere Befragte lachen)) Diese Military-Sachen

G2: Und dann ein rosanes T-Shirt dazu – hatten wir alle zu Viert an, oh Gott
(Zeile 744-746)

P4: [...] ja ähm find ich immer schon ganz lustig aber bei uns ist es vor allem in der Schule, ich weiß nicht, neunte zehnte Klasse ist es so, die alle die sehen alle total gleich aus so die haben alle ihre Strumpfhose und ihre – komischen Röckchen und dann alle die gleichen Schuhe, diese geschnürten mit den schönen Absätzen und so – ähm ja und das sieht dann bisschen, da fällt mir das dann total auf dass die dann eigentlich alle gleich aussehen obwohl die sich total individuell fühlen und – special und denken oh ja ich bin voll hier im Trend und so
(Zeile 1011-1016)

Gemeinsamer Nenner dieser Aussagen ist die Kritik daran, fremdbestimmt einem Trend zu folgen, der aber äußerlich bleibt, also nicht dem Inneren, der eigenen Individualität entspricht; und mehr noch, sich dennoch individuell und besonders vorzukommen, etwas zu verkörpern, was eigentlich nur Imitation ist, keine Eigenleistung. In diesen Fällen stimmen Selbst- und Fremdbild für die Mädchen offensichtlich nicht überein, insbesondere da bei den Betreffenden dennoch die Illusion bestehe, »special« und trendig zu sein⁹⁵. Roter Faden dieser Negativfolien ist die Kritik an zu starken Verweisen auf Weiblichkeit. Bemerkenswert ist, dass die Befragten ganz ähnlich argumentieren und kritisieren in Bezug auf Schönheitsoperationen: Die Mädchen führen gruppenübergreifend an, dass diejenigen Frauen, die Schönheitsoperationen durchführen, sich an einem gesellschaftlich geprägten, also fremdbestimmten, Idealbild orientieren würden. Häufig wird dieses Idealbild von den Befragten gleichgesetzt mit einem Weiblichkeitsklischee, das die Mädchen/Frauen nach dem Eingriff künstlich und austauschbar aussehen ließe. Damit einher gehen auch negative Zuschreibungen einer zu starken Sichtbarkeit der Bearbeitung des Aussehens. Hier werden die beschriebenen Einschreibungen, wie in einem Vergrößerungsglas verstärkt, evident: Negativ beim

94 Bemerkenswert ist, dass auch bei den Positionierungen zur Medienaneignung von *Germany's Next Topmodel* in Quantität und Qualität auffällt, dass die Befragten Distinktionen über retrospektive Aushandlungen entwerfen sowie in Abgrenzungen zu jüngeren Mädchen (vgl. Kapitel 5.1.1). Hier scheint die generelle Tendenz durch, Kritik und Problematisierung eigener Verhaltensweisen und Werte, aber auch die anderer, rekursiv zu thematisieren. Möglicherweise deshalb, weil für die Gegenwart keine Reflexionen dazu möglich sind, da soziale Ordnungen in Form von Essenzialisierungen und Selbstverständlichkeiten existieren.

95 Überheblichkeit wird auch in den Aushandlungen zu den *Germany's Next Topmodel*-Kandidatinnen konsensuell abgewertet (vgl. Kapitel 5.1.2 und 5.1.3a).

Schönheitshandeln deuten die Mädchen, wenn sie darin Nicht-Autonomie, Nicht-Selbstbestimmtheit und damit kein Wohlfühlen zu erkennen meinen und stattdessen Künstlichkeit, Unnatürlichkeit, zu stark sichtbare Verweise auf Weiblichkeit und sichtbares Wichtignehmen des Äußeren. Auffällig ist die konsensuelle Aussage, dass die operierten Mädchen/Frauen (die Befragten beziehen sich in keinem Fall auf Männer) infolge der vorgenommenen Eingriffe nicht mehr schön seien. Die folgenden Aussagen aus der Prenzlauer Berg- und der Zehlendorfer Gruppe stehen exemplarisch für diese Positionierungen:

PB1: Ja oder auch Frauen die versuchen einem Schönheitsideal nachzukommen, zum Beispiel irgendwie Barbie wie die ja dann schon irgendwo, also nicht für jeden aber halt auch manchmal ein Schönheitsideal ist und dann gibt's ja auch Frauen die sich SO operieren lassen dass sie am Ende aussehen wie ne Barbie und dann denk ich mir ((Mehrere Befragte lachen)) nee, nicht hübsch ((lacht)) so gar nicht Barbie

PB3: Das ist doch auch gar nicht so – persönlich wenn man hier mit nem Foto zum Arzt geht ja machen sie mir mal bitte die Haare so und so, das ist nicht mehr, bist nicht mehr du selber sozusagen

(Zeile 487-494)

Z1: aber sonst finde ich's schlimm also wenn man bei den Stars sieht irgendwie was die für Probleme haben mit ihren Nasen oder Brüsten, also es ist einfach SCHRECKLICH, [...] man will irgendwie auf SEINE Art perfekt sein oder auf seine Art irgendwie schön aussehen oder anders sein als andere sonst könnten wir alle wie Roboter und Klone

(Zeile 1242-1246)

Auffallend ist, dass in den Intragruppenvergleichen zu Schönheitsoperationen scheinbar widersprüchliche Aussagen sichtbar werden. So finden sich neben den beschriebenen Auseinandersetzungen auch Aussagen, bei denen die Mädchen chirurgische Eingriffe in das Äußere durchaus als akzeptabel skizzieren und/oder wohlwollend betrachten – oder sogar erwarten. Der Vergleich der Positionierungen, in denen diese zwei Formen von Ansichten auftreten, verweist darauf, dass die (antizipierte) Intention der Modifikation ausschlaggebend ist für die Bewertung durch die Jugendlichen: Handelt es sich um die beschriebenen, negativ bewerteten Maßnahmen, stuften die Mädchen diese offenbar als ästhetisch-optimierende Eingriffe ein, die sie als eine Art Unterwerfung unter gesellschaftliche und/oder massenmediale Zwänge bewerten. Darauf basierend erfolgt i. d. R. eine Abwertung der Personen, die solch einen Eingriff vornehmen lassen. Geschieht die Maßnahme dagegen aus »gesundheitlichen« Gründen, und/oder zielt sie ab auf eine Angleichung von körperlichen Merkmalen, die nicht den Common Sense-Maßstäben normalen Aussehens entsprechen, bewerten die Befragten diese als nachvollziehbar und angemessen. Es ist bemerkenswert, dass körperliche Merkmale, die als nicht-normal wahrgenommen werden, offenbar automatisch mit psychischem und/oder physischem Leidensdruck bei den Betroffenen verknüpft werden. Die Auseinandersetzungen deuten auf eine Einstellung hin, der zufolge auffällig-abweichende körperliche Besonderheiten verändert werden dürfen (bzw. müssen) als Anpassung an die Norm. Unterschwellig schwingt die Legitimation mit, negativen und/oder devianten Stigmatisierungen zu entgehen. Auch hier wird quasi »zwischen den Zeilen« der Ein-

fluss deutlich, den die Mädchen dem Aussehen zuschreiben. Exemplarisch zeigt sich diese Einstellung in den folgenden Aussagen:

G3: Wieso stellt Euch mal vor wenn Ihr n Kind habt und das kommt auf die Welt und du siehst das hat extrem abstehende Ohren ((Mehrere Befragte lachen)) ja dann kann ich das verstehen weil das wird dann ja schon gehänselt inna Schule – und dann würd ich's auch machen – also ich würd das dann, meinem Kind würd ich dann auch die Ohren richten lassen ((Mehrere Befragte lachen)) die Nase oder so
(Zeile 986-990)

Z3: [...] wenn – jemand so ne richtige Buckelnase hat und gemobbt wird also oder wenn jemand – kaum Brüste hat oder richtig wenig und – man, man will ja schon, oder fast gar nichts halt dann würd ich vielleicht auch drüber nachdenken irgendwann dann mal – wenn ich wirklich drunter leiden würde aber wenn's so was – wenn's ne Nase ist die n bisschen zu breit ist dann denk ich mir so
(Zeile 1247-1251)

Diese Formen von invasiv-aussehensbezogenen Modifikationen sind den Diskursen der Mädchen zufolge also »nur« als Anpassungen abnorm bewerteter Körperteile zu verstehen. Die Befragten werten Modifikationen dann mehrheitlich als (selbst-)verständlich. Die Positionierungen der Mädchen deuten sogar partiell darauf hin, dass sie die Entscheidung Betroffener für diese Art normalisierender Modifikationen als Selbstermächtigung wahrnehmen. Normalisierende Anpassungen werden damit weniger als Wunsch verstanden, sich »unauffällig zu machen«, um »in der Masse nicht aufzufallen«, wie Posch (2008) dies interpretiert. Sondern die Mädchen interpretieren die Änderung abnormer Körperteile offensichtlich als Wunsch und Möglichkeit der Betroffenen, ihr durch den Eingriff normalisiertes Äußeres *auffallend* zu gestalten, um darüber als Sich-schön-gemacht sichtbar zu werden und für andere in Erscheinung zu treten. Ansonsten, so der Standpunkt, wird das Aussehen ausschließlich über die Abnormalität wahrgenommen und bewertet. Zugespißt zeigt sich diese Ansicht in der Antwort eines Mädchens aus der Prenzlauer Berg Gruppe auf die Frage nach Schönheitsmakeln. Die Befunde deuten darauf hin, dass sie die Einstellung vieler Befragter in Worte fasst. Bemerkenswert ist, dass die Aussage offensichtlich nicht durch soziale Erwünschtheit oder selbstwertdienlich gesteuert ist.

PB1: Oder so große Warzen im Gesicht wofür Menschen eigentlich nichts können aber das find ich dann immer nicht so schön – oder so ne riesengroße Nase, die wirklich unnormal erscheint und du guckst so in der Gegend rum und auf einmal ((imitiert erschrecken)) ((Mehrere Befragte lachen)) springt dir so ne Nase ins Gesicht, so so außergewöhnliche Erscheinungen sind dann immer nicht so hübsch
(Zeile 520-524)

Wird das bearbeitete Äußere dagegen als normal im Sinne von nicht-abweichend angesehen, werden Eingriffe mittels ästhetischer Chirurgie offensichtlich auf Optimierung und Anpassung an ein Ideal über dem Durchschnitt abzielend gewertet und von den Mädchen ablehnend-kritisch beurteilt. Einerseits vermutlich, da die Ausrichtung an solchen Formen von Idealen als fremdbestimmt, äußerlich-bleibend eingeschätzt wer-

den. Andererseits erweisen sich die Ideale selbst konsensuell verknüpft mit der Assoziation von Künstlichkeit, Nicht-Natürlichkeit (s. u.) und möglicherweise auch Unehrlichkeit (vgl. Graf 2012). In diesem Kontext lässt sich Barbie als »metaphorischer Prototyp« verstehen, auf die die Mädchen auffallend oft als Negativ-Vorbild für ästhetisch-optimierende Eingriffe referieren⁹⁶.

Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang ein weiteres Moment, das offensichtlich das konsensuelle Unbehagen an ästhetisierender Chirurgie mitverantwortet: Wie bereits ausgeführt handeln die Mädchen zwei unterschiedliche Aspekte des Aussehens aus. Auf der einen Seite lesen sie die selbstvorgenommenen Schönheitspraxen. Zentral für diese Art der Selbstarbeit ist, dass sie als Eigenleistung anhand selbstgesteckter Ideale wahrgenommen und dadurch positiv besetzt wird. Auf der anderen Seite des Spektrums nehmen die Jugendlichen den Befunden zufolge aussehensbezogene Merkmale wahr, die biologisch-anatomisch quasi als (natur-)gegeben ausgehandelt werden. Ähnliche Diskurse scheinen auch durch in den Positionierungen der Mädchen zu Schönheitspraxen, die durch andere – i. d. R. ExpertInnen – vorgenommen werden. Diese fremdinduzierten Bearbeitungen des Körpers, aber auch die physisch-gegebenen körperlichen Merkmale werden geringer geschätzt, als weniger wert(-voll) begriffen oder gar abgewertet – eben, weil sie offensichtlich nicht selbst erarbeitet sind; und im Falle von medizinisch-chirurgischen Eingriffen zusätzlich an nicht-persönlichen, nicht-autonomen Idealen orientiert eingestuft werden (vgl. dazu auch Kapitel 5.1.3b). Hier schwingen mutmaßlich Bewertungen aus der Wettbewerbslogik der neoliberalen Gesellschaft mit. Nämlich, dass die betreffenden Subjekte den einfachen Weg wählen zur Herstellung guten Aussehens, »schummeln« quasi, anstatt sich das eigene Äußere sichtbar hart zu erarbeiten. In der konkurrenzialen Logik handeln die Betroffenen unehrenhaft, da sie unfaire Vorteile gegenüber anderen herstellen. Personen, die durch abnormales Aussehen stigmatisiert sind, gönnen die Mädchen Modifikationen, da diese durch den Eingriff überhaupt erst ein als normal wahrgenommenes Äußeres erreichen (siehe Zitat unten). Konkurrentinnen dagegen, die über die gleichen Ausgangsvoraussetzungen verfügen, sollten im Rahmen einer kompetitiven Haltung auch über die gleichen Mittel verfügen und sich aus eigener Kraft und mit eigenen Mitteln selbst führen, so die Ideologie. Dieser Tenor scheint durch in der Aussage eines Mädchens der Reinickendorfer Gruppe:

R7: Also bei Leuten zum Beispiel die sagen wir mal total entstellte Brüste haben denen gönnt man das ja auch dass die wieder gut aussehen aber so ne Leute die sich irgendwie ne Doppel-D da reinhauen wollen, nur um große Brüste zu haben, das ist dann auch nicht mehr schön
(Zeile 899-902)

Zusammengenommen lässt sich also die Anwendung von körperinvasiven Techniken, wenn diese ästhetisierend-optimierende Zwecke haben, in einem Sinnzusammenhang mit dem fremdbestimmten Folgen von Trends und Moden interpretieren. Denn beide,

96 Hier spielen sicherlich auch Bilder und Einstellungen aus der öffentlichen Meinung mit hinein. Die Barbie-Metapher weist darauf hin, dass Prototypen und Klischees reproduziert werden, die öffentlichkeitswirksam zirkulieren.

so offenbar die Einschreibungen der Befragten, stellen in letzter Instanz eigentlich keine Verkörperungen von Innerlichkeit dar, sondern sind außengesteuert, Imitation und orientiert am Streben nach nicht-selbsthergestellten Idealen. Sie bleiben dem Selbst in dieser Denkweise fremd, sind mit weniger Arbeit verbunden und werden daher konsensuell wenig(er) geschätzt und anerkannt⁹⁷. Im Zusammenhang mit den Befunden zur Aneignung aussehensgebundener Inszenierungen der Kandidatinnen von *Germany's Next Topmodel* zeigt sich hier ein Moment höchst relevant, das darauf verweist, wie hochgradig differenziert die Jugendlichen Werte und Normen rahmen und Handlungen entsprechend bewerten: die *Herstellung* von gutem Aussehen *als sichtbar gewordene Eigenleistung* und damit einhergehend die Verfügungsmacht über den eigenen Körper, das eigene Äußere und dessen Zurichtung anhand selbstgesteckter, autonom-individueller Ziele und Ideale. Primär diese Form aussehensbezogener Selbstführung wird offenbar als Kompetenz und Erfolg der herstellenden Person zugeschrieben:

R7: Wir haben auch welche an unserer Schule, drei Mädchen die sind immer zusammen, die sind nicht wirklich hübsch – also die haben nichts, also das hört sich jetzt vielleicht nicht – nett an aber die haben nichts Schönes an sich – aber trotzdem ziehen sich immer total schön an und machen sie schön und dann wirken sie trotzdem immer irgendwie noch hübsch
(Zeile 1176–1179)

G1: Jaja nee, man muss halt seine Vorzüge betonen
(Zeile 936)

Im Falle des fremdbestimmten Folgens von Trends ist zwar die Schönheitshandlung eine Selbsttechnologie im Sinne von: selbst erarbeitet. Aber das Ideal, dem gefolgt wird, ist kein eigenständiges. Die Bearbeitung des Aussehens mittels kosmetischer Chirurgie im Falle ästhetisch-optimierender Zwecke folgt keinem eigenständigen Ideal und ist darüber hinaus auch keine Eigenleistung. Diese Formen der Schönheit sind daher – so wie biologisch-anatomische Merkmale des Äußeren sowie die Bearbeitung des Aussehens durch ExpertInnen in *Germany's Next Topmodel* (vgl. Kapitel 5.1.3b) – für die Mädchen weniger mit Anerkennung besetzt. Hier scheint ein allgemein gültiger, sehr wirkmächtiger Wert angerufen zu werden, der nicht nur für die Bearbeitung des Aussehens gilt, sondern als genereller Fixpunkt für Selbsttechnologien. Darauf verweist der Befund, dass bestimmte Phänomene – etwa Trends »hinterherlaufen«, »ins Fernsehen wollen«, ästhetisierend-optimierende Schönheitsoperationen – übergreifend als negativ thematisiert werden. Deren gemeinsamer Nenner ist, dass sie fremdbestimmt und an Oberflächlich-/Äußerlichkeiten orientiert erscheinen. Stattdessen muss lesbar sein – dies zeigt sich par excellence an den argumentativen Rahmungen zum Schönheitshandeln –, dass Modi der Selbsttechnologien wie auch Rationalitäten, an denen diese ausgerichtet sind, als *eigene* erkennbar werden. Nur dann ist die Herstellungsleistung eine Eigenleistung und als Können, Kompetenz, erfolgreiche Selbstbearbeitung codiert, für sich und für andere.

97 Dies ähnelt der Schadenfreude der Befragten, wenn sie das Scheitern der Kandidatinnen bei *Germany's Next Topmodel* auf Selbstüberschätzung zurückführen (vgl. Kapitel 5.1.3a).

Abstufungen dieses Imperativs zeigen sich in den Befunden partiell abhängig davon, in welchem sozialen Kontext die Befragten sie ansiedeln. Bspw. verhandeln die Mädchen für die berufliche Sphäre die Anpassung an äußere Normen in gewissem Maß als angemessen. Auch für den privaten nicht-öffentlichen Raum gilt die Inszenierung einer sichtbar gewordenen Eigenleistung als nicht zwingend notwendig (vgl. Kapitel 5.2.1c). Aus diesem Befund heraus stellt sich die Frage, ob der Begriff der Selbsttechnologien als Hyperonym überhaupt präzise ist. Bzw. ob beim Schönheitshandeln differenziert werden müsste zwischen selbst- und fremdcreiert/-hervorgebracht, um die Diskurse und Einschreibungen adäquat zu erfassen.

Wie in den Ausführungen dieses Kapitels sichtbar wurde, steht mit den Rationalitäten von Kompetenz, Wohlfühlen und Selbstbestimmung in enger Verbindung die Relevanz des Werts Natürlichkeit. Die Verwendung des Begriffs »Natürlichkeit« steht für den Versuch, die Gemengelage von Werten im Radius von *Gepflegtheit*, *Hygiene*, *Nicht-Künstlichkeit*, *Innerlichkeit* in einem Begriff zu bündeln. Die Relevanz dieser Verweise für die Wahrnehmung gekonnter, erfolgreicher Selbstinszenierung des Äußeren zeigt sich in vielen der bereits aufgeführten Aussagen aus den Gruppendiskussionen. In einigen Gruppen wird die Notwendigkeit der Symbolisierung von Natürlichkeit bei aussehensbezogenen Praktiken explizit in Worte gefasst:

I: Und was glaubt ihr, was in unserer Gesellschaft für Schönheitsideale vorherrschen?
[...]

KB2: Ich glaube es ist auch so, dass man eben nicht zu viel, ja also früher wars ja irgendwie anders. [...] Jetzt so ist wirklich so auf keinen Fall zu viel. [...] Also nicht zu aufgestylt.
KB4: Ja aber ich finde auch so ((lacht)) dass so richtig viel erwartet wird dass man natürlich schön ist. Also ich meine es wird jetzt nicht mehr erwartet dass man so hübsch ist und sich hübsch macht. Sondern dass jeder natürlich hübsch ist
(Zeile 1008-1034)

P1: Ich hab neulich in so ner Zeitung geblättert und da war so da war so n Bericht und da haben die eben so Bilder von Prominenten gezeigt und dann haben die die in zwei Gruppen geteilt eben einerseits so so wie aufgebrezelte Barbies, da ist dann Paris Hilton dabei und – weiß nicht hier diese Taff-Moderatorin Annemarie Warnkross und auf der anderen Seite [...] waren dann überwiegend Brünette – dann eben so in stilvollen Kleidern und nicht zu viel Make-up und schöne lange Wellen und alles und dann waren das eben die – stilvollen wasweißich – also ich weiß nicht ich glaub das geht jetzt schon eher wieder in die Richtung so die Natürlichkeit betonen und Selbstbewusstsein – und nicht eben dieses Blondinen – Rumgetue also ich glaub das geht jetzt eher in diese Richtung – also bei Filmen ist das ja auch eher so der gefragte Typ im Moment find ich merkt man schon und jetzt eben nicht -- Pamela Anderson
(Zeile 1008-1034)

Sichtbar wird abermals die enge Verflechtung der skizzierten Werte aussehensbezogener Praxen rund um Wohlfühlen, Persönlichkeit und Authentizität, als deren Gegenpol die Mädchen die bereits beschriebenen Negativpole Nicht-Individualität, mangelnde Eigenleistung, Fremdbestimmung setzen. Für die Herleitung positiver Ideale aus Negativ-Nennungen lassen sich beispielhaft die zu Beginn dieses Kapitels angeführten

Aussagen aus der Gruppe aus Gropiusstadt verwenden; ähnliche Aushandlungen finden sich auch in der Zehlendorfer Gruppe:

Z2: Wenn man so durch die Straße läuft und da kommen Leute – also mit diesem Wasserstoffblond in den Haaren – und dann dieses Hochtoupierte teilweise – und dann so ne Haare teilweise – also es gibt doch diesen einen Stil und dann richtig richtig richtig doll geschminkt und

Z1: Und Sonnenstudio richtig braun

Z2: Alles, richtig braun und dann so richtig doll Lippen, Lipgloss und so und dann so ganz komisch, so Lederirgendwas, Lederhosen angezogen, so ganz kurz und kleines komisches Täschchen, so weiße Stiefel so am besten noch dazu

Z4: Ja und was gar nicht geht find ich dass man nur ne Leggings anzieht und dann nur n normales T-Shirt, das ist ja in der letzten Zeit so in bei uns in der Schule, da sieht man echt den ganzen – Arsch

Z3: Ja jede Falte und sonst was, das muss doch nicht sein?

Z1+Z4: Ja/Eben

Z3: Nee was ich aber auch, ich find das reicht schon wenn, die eine aus meiner alten Klasse, die hat halt immer richtig viel Make-up drauf geklatscht und – Glitzerlidschatten – und – zwei Mal oder drei Mal Wimperntusche drüber gemacht bis es richtig fett war, richtig schwarz halt – ich find dis war auch schon ziemlich übertrieben – wenn man jetzt einfach, ich find was völlig ok ist wenn man n bisschen mehr Kajal drauf hat und Wimperntusche und meinetwegen auch Lidschatten aber so richtig – diese Kombination Lippenstift, viel Make-up und dann noch dunkle Augen

Z4: Ich find was gar nicht geht ist verklebte Wimpern wenn die so klumpig sind weil man einfach so viel drauf macht, das ich find das so hässlich

(Zeile 1062-1080)

Für die Jugendlichen obligatorisch gesetzt sind Verweise auf die Sichtbarkeit der Eigenleistung und der Selbsterstellung (guten) Aussehens mittels Schönheitspraxen. Allerdings machen die Aussagen der Mädchen deutlich, dass die Herstellung eine Gratwanderung darstellt, denn die Sichtbarkeit muss auf eine spezifische, kompetente Art inszeniert werden: Sie darf *nicht zu stark erkennbar* sein. Das wird, so die Befunde, als übertrieben, künstlich und ungepflegt gewertet, als stillose Gemachtheit des Aussehens, die einhergeht mit der Konnotation nicht vorhandenen Könnens und mangelnder Kompetenz⁹⁸. Auch das Wissen um die Angemessenheit in Anpassung an den sozialen Kontext, also welche Verweise auf welche Werte in welcher Stärke in welchem Kontext gesetzt werden, wird hier sichtbar. Diese Kenntnisse stellen die Mädchen offensichtlich in einen Zusammenhang mit Kompetenz, verstanden als Wissen um die Anforderungen der jeweiligen Räume (vgl. Kapitel 5.2.1c).

Hand in Hand mit Natürlichkeit, Nicht-Übertriebenheit und Nicht-Künstlichkeit geht für die Mädchen die Bedeutsamkeit der Sichtbarmachung von Gepflegtheit als Symbolisierung von Auf-sich-achten. Erkennbar wird der Stellenwert anhand der bereits aufgeführten Aussagen. Bemerkenswerterweise wird dieses Moment am explizitesten artikuliert bei den Aushandlungen der Befragten zu den Erwartungen

98 Hier fügt sich auch die Kritik an ästhetisch-optimierenden Schönheitsoperationen ein.

an männliches Schönheitshandeln. Hier ist die Erscheinung von Gepflegtheit zentraler Ankerpunkt (vgl. Kapitel 5.2.2c). Relevanz hat dieser Wert aber eben auch für weibliche aussehensbezogene Selbsttechnologien, quasi in Form einer Symbiose mit Nicht-Künstlichkeit und Natürlichkeit:

I: Was findet Ihr bei Frauen schön oder bei Mädchen in Eurem Alter?

W2: Nee, es ist, eine Frau sollte einfach auf sich achten

(Zeile 1062-1080)

Wichtig erscheint an dieser Chiffre das Signal, dass frau sich Zeit nimmt für ihr Äußeres, sich nicht gehen lässt, diszipliniert auf sich achtet, da das als »Minimalprogramm« neoliberaler Selbstsorge machbar für jede ist und daher normativ gesetzt wird. Beispielshaft verweisen die folgenden Aussagen auf diese Zuschreibungen:

G3: Ja find ich auch, man kann halt wirklich was draus machen aus sich also – wenn man sich dann gehen lässt würde JEDER glaub ich nicht so schön aussehen mit fettigen Haaren und die Fingernägel nicht so schön also alles nicht gepflegt dann sieht jeder find ich nicht so schön aus

(Zeile 937-939)

Bei diesem Wert wird abermals paradigmatisch sichtbar, wie vom Äußeren auf Zuschreibungen zum Selbst bzw. zur Subjektivierung geschlossen wird. Das Auf-sich-achten, Sich-pflegen, Für-sich-sorgen gilt es, sichtbar zu verkörpern – ansonsten läuft frau Gefahr, als faul oder undiszipliniert wahrgenommen zu werden. Die Einschreibung in diese Ordnungen scheint so stark normalisiert und naturalisiert, der Imperativ eine solche Selbstverständlichkeit (unter jugendlichen Mädchen), dass die Nicht-Erfüllung dieses Minimalprogramms Subjekte zu Devianten stigmatisiert (vgl. Kapitel 5.2.1c), wie in der Friedenauer Gruppe verbalisiert wird:

F2: [...] Und die [diese Gruppe von Mädchen, Anm. d. Verf.] lästert eben auch mal so über Leute, also Ungepflegtheit, da wirst du immer so gleich als Freak abgestempelt so mit Computerspielen in Verbindung gebracht und so ein bisschen so in die Ecke abgeschoben

(Zeile 1464-1466)

In einer konsequenten Weiterentwicklung des Gedankens der Gepflegtheit müssen alle Modifikationen, die das Aussehen hegemonial normal wahrnehmbar werden lassen, vollzogen werden. Aus sichtbaren Deviationen wird automatisch auf Auslassung bzw. Nicht-Ausführung von Praxen geschlossen und werden entsprechende Rückschlüsse auf das Subjekt abgeleitet. Dies bedingt die Erwartungshaltung, dass aussehensbezogene (Selbst-)Arbeit durchgeführt wird, so dass keine Abweichungen sichtbar werden. Denn die fallen sofort ins Auge und führen zu entsprechenden Zuschreibungen. Die Selbstsorge stellt in dieser Anschauungsweise einen fließenden Prozess von Normalisierungen dar, angefangen bei Haar- und Körperpflege bis zu abweichenden biologisch-somatischen Körperteilen, die mittels kosmetischer Chirurgie modifiziert werden müssen, um nicht als deviantes Subjekt stigmatisiert zu werden. Manifestationen dieses Bildes zeigen sich in den folgenden Aussagen:

I: Und denkt Ihr dass Schönheit auch von innen kommen kann?

[...]

PB1: Aber nicht wenn einer – für einen selber total unschön ist und oder unhygienisch und merkwürdig erscheint dann würd ich glaub ich nicht mehr darauf eingehen dass er irgendwie natürliche Schönheit hat, ich glaube wenn man nen Menschen sieht der hübsch und nett ist und dann lernt man den kennen und sieht dann wie der strahlt, das ist dann innere Schönheit aber da muss dann schon bisschen was Schönes vorhanden sein ((lacht)) um das zu empfinden

(Zeile 525-532)

Allerdings besteht offensichtlich ein schmaler Grat zwischen dem, was als angemessen-natürlich angesehen wird, und dem, was die Mädchen negativ-deviant als ungepflegt wahrnehmen. In der Auswertung fällt auf, dass diese Anforderungen an das Maß der Sichtbarkeit von Natürlichkeit sich zwischen den Gruppen unterscheiden. Es scheint, dass gruppenabhängig die Ansichten variieren, wie weit die Natürlichkeit gehen darf. So zeigen sich in einem Vergleich der Aushandlungen partiell heterogene Perspektiven darauf, bis zu welcher Stärke Natürlichkeit als positiv-besonders bewertet wird und ab wann als ungepflegt-abnorm. Die Befunde deuten darauf hin, dass diese Einschreibungen milieuabhängig sind (vgl. Kapitel 6.2a). In einigen Gruppen dient der bloße Verweis auf Natürlichkeit und Gepflegtheit als Basis, auf der weitere, ergänzende Schönheits-handlungen »aufsetzen«. Symbolisiert wird das bspw. durch als gepflegt und/oder körperangemessen wahrgenommene Haare, Fingernägel oder Kleidung. In anderen Gruppen dagegen haben Verweise auf Natürlichkeit und Gepflegtheit eine höhere Relevanz. Diese dienen als Distinktionsmittel, mit denen die Befragten Individualität und Autonomie verbinden. In diesen Fällen zielen die Praxen der Mädchen offensichtlich ab auf die Herstellung einer sichtbaren Verkörperung dieser Werte. Das konkretisiert sich bspw. in der Form, Natürlichkeit widerzuspiegeln über bewusst dezent gesetzte Sichtbarkeit von Verweisen auf Weiblichkeit. Damit intendieren die Mädchen offenbar die explizite Symbolisierung von Zurückhaltung und Unaufdringlichkeit eigener Weiblichkeit. Vermutlich da diese, wie bereits beschrieben (vgl. Kapitel 5.2.1a), stets auch als Signal im Kontext von Sexualität verstanden wird. Da es also um das Signal der Nicht-Sichtbarkeit und der damit verbundenen Lesbarmachung von Unaufdringlichkeit geht, lassen sich die Einschreibungen abermals vor allem »zwischen den Zeilen«, in Beiläufigkeiten sowie Abgrenzungen finden. Bspw., wenn Mädchen in den Gruppendiskussionen das Äußere als unbedeutend thematisieren, sich als indifferent positionieren oder sich dezidiert von auffälligen Schönheitspraktiken abgrenzen, wie es in den folgenden Aussagen durchscheint:

Z1: [...] ich find's natürlich viel besser – und also die Leute find ich auch eher schön weil ich weiß ja dass sie auch NATÜRLICH schön sind und nicht irgendwas aus sich machen
(Zeile 1085-1087)

P3: Mir sind meine Nägel wichtig. Also nicht dass ich jetzt irgendwie – ich trag auch nicht so oft Nagellack, ich mag das nicht wenn die so lang werden deswegen schneid ich die regelmäßig und auch schön dass die schön sauber sind
(Zeile 768-770)

Die Betonung liegt hierbei auf der Inszenierung von Gepflegtheit und Natürlichkeit, offenbar um sich damit bewusst abzusetzen von Schönheitspraktiken und deren Sichtbarkeit. Die Mädchen wollen vielmehr durch Bequemlichkeit, Wohlbefinden, Lässigkeit erkennbar werden. Die Befunde lassen vermuten, dass diese Werte als explizites, sichtbar gemachtes Understatement funktionieren und so als Code, der nur lesbar ist für bestimmte andere »Eingeweihte«. Damit geht es um die Herstellung von Nicht-Sichtbarkeit, die Unaufdringlichkeit signalisieren soll, als »Kunstform«, die besondere Kompetenz, spezifisches Können und Wissen erfordert und damit als Distinktionsmerkmal funktioniert. Diese Einschreibungen finden sich bspw. in den Gruppen Pankow, Kreuzberg 2017, Zehlendorf oder Friedenau. Die Diskurse, die sich hier identifizieren lassen, verweisen auf die Relevanz (der Verkörperung) von Innerlichkeiten (vgl. Degele 2004), um sich darüber akzentuiert von Äußerlichkeiten, Künstlichkeit, Fremdbestimmtheit abzugrenzen. Die Verkörperungen sollen vermutlich abzielen auf Signale der Unabhängigkeit von gesellschaftlichen Vorgaben, Normen oder Zwängen. Auch lassen sich hier bewusste Abgrenzungen von zu starken Verweisen auf sexualisierte Weiblichkeit lesen, mit denen die Jugendlichen signalisieren wollen, dass der eigene Status als sexuell-begehrtes Objekt (für gegengeschlechtliche Peers) für sie keine Bedeutung hat. Paradigmatisch erkennbar wird die Bedeutung der bewussten Auslassung von Verweisen in einigen Aussagen der »Natürlichen Individualisten«, in denen sich zeigt, dass die Mädchen diese spezifischen Anforderungen reflektieren und sie partiell als Einschränkung wahrnehmen. Hier wird sehr deutlich, dass in ihren Lebenswelten ein Zuviel an Weiblichkeit beim Aussehen dezidiert als negativ gewertet wird:

F3: Bei mir ist es auch so [...] dass ich mich in der Schule manchmal ein bisschen zurückhalte, auch wegen der Zeit. Aber auch so, weil ich nicht dauernd angeguckt werden, blöd angeguckt werden möchte von Leuten, die es sich dann, die dann, wo ich weiß die werden darüber mit ihren Freunden lästern und so, keine Ahnung, unbewusst beschäftigt mich das halt schon was ich dann denke, okay, dann heute mal nicht so n fetten Lidstrich oder so
(Zeile 1428-1432)

P3: Na zum Beispiel also bei mir ist so ne Hürde mit hohen Schuhen in die Schule kommen – also das machen ziemlich viele grad im Winter [...] das find ich halt schön und manche Leute können das halt und sollen's halt machen aber – also manchmal wenn's dann schon ZU hoch ist dann – zehn Zentimeter dann denk ich mir schon so: Schlampe ((lacht))
(Zeile 997-1005)

Möglicherweise treten hier gesellschaftliche Machtverhältnisse zum Vorschein, die auf bestehende Geschlechterhierarchien hinweisen, nach denen Weiblichkeit noch in der Gegenwart gesellschaftlich partiell konnotiert ist mit Oberflächlichkeit, Trivialität, Vulgarität (vgl. Degele 2003, Penz 2010, McRobbie 2010).

Von Gruppe zu Gruppe unterscheidet sich, welche Chiffren als zu stark und unangemessen empfunden werden, in welcher Intensität bzw. Stärke die Schönheitspraktiken angewendet und eingesetzt werden und ab welchem Grad sie als zu stark geschlecht-

lich wahrgenommen und vulgär-sexualisiert bewertet werden. Das zeigen die Befunde deutlich⁹⁹. Konturieren lässt sich das bspw. anhand der Kontrastierung der o. g. Aussagen aus der Reinickendorfer Gruppe oder der ähnlich lautenden Aussagen aus der Gruppe aus Gropiusstadt, die zu Beginn des Kapitels angeführt wurden, mit den im letzten Absatz angeführten Aussagen aus der Friedenauer und der Pankower Gruppe. Hier wird erkennbar, dass ein Maß an Schönheitshandeln, das in anderen Gruppen als selbstverständlich verhandelt wird, im Umfeld der Befragten aus der Friedenauer und Pankower Gruppe offensichtlich als negativ-auffällig und -abweichend gedeutet wird. Und was in den Gruppen der »Natürlichen Individualisten« als natürlich wahrgenommen wird, kann in anderen Gruppen durchaus als ungepflegt gewertet werden:

PB1: [...] es ist ja schon so dass es EINE Art Stil gibt der ziemlich populär momentan ist

PB5: So Mainstream

PB1: Ich kann das gar nicht so beschreiben, jedenfalls bei uns auf der Schule, dieses Prenzlauerberg-Style, muss ja nicht jeder schön finden, ich trag das auch nicht unbedingt ((Mehrere Befragte lachen)) aber das ist schon so ne Art Stilrichtung gerade, die gerade populär ist

PB2: Blümchen

PB?: Nee

PB1: Naja nee gar nicht unbedingt – so dieses, dieses

PB3: Penner

PB1: Abgefickt, genau, oder halt so große Sachen und Männerhose, so Boyfriend-Cuts und so flache Schuhe und lange Haare und so

(Zeile 855-865)

Die bewusste Nicht-Sichtbarmachung von Verweisen, die in einigen Gruppen als Chiffre für Natürlichkeit gesetzt wird, wird in diesen Gruppen eher als mangelnder Verweis auf Weiblichkeit und damit einhergehend Ungepflegtheit interpretiert. Die Befragten lesen im Aussehen, das an Natürlichkeit, Authentizität und Individualität orientiert ist, diese Werte nicht heraus; sogar dann nicht, wenn die aussehensbezogenen Modifikationen als Ausrichtung an einem bestimmten Stil (»Prenzlauer Berg-Style«) ausgerichtet wahrgenommen werden. Stattdessen interpretieren diese Befragten eher ein Defizit an Selbstsorge und/oder nehmen das Äußere unangemessen und an unpassenden Maßstäben ausgerichtet gestaltet wahr. Damit im Zusammenhang lesen die Jugendlichen das Aussehen, bzw. eigentlich die Herstellungspraxen, als Nicht-Kompetenz und Nicht-Erfolg. Auffällig ist in den o. g. Aussagen die Referenz auf mangelnde Weiblichkeit (»große Sachen und Männerhose, so Boyfriend-Cuts und so flache Schuhe«)¹⁰⁰.

99 Da Entwicklungsphase und Geschlecht in allen Gruppen übereinstimmen, bilden sich hier mutmaßlich milieuabhängige (vgl. Maier 2000) und kulturelle Faktoren ab (vgl. Kapitel 6.2.a). Darüber hinaus deuten die Befunde jedoch auch an, dass die verschiedenen sozialen Kontexte, für die das Äußere ausgehandelt wird, eine Rolle spielen für die Wertungen von Angemessenheit.

100 Nicht stimmig mit diesem Befund ist die Aussage »lange Haare«. Möglicherweise zeigt sich hier, dass lange Haare nicht zwangsläufig einen Verweis auf Weiblichkeit darstellen, bspw. in den Fällen, in denen sie nicht frisiert sind und dadurch mit Zuschreibungen von Ungepflegtheit einhergehen.

Die Mädchen empfinden das Aussehen offenbar als nicht feminin genug gestaltet, die Chiffren also zu wenig auf Weiblichkeit oder zu stark auf Männlichkeit orientiert.

Auf den ersten Blick widersprüchlich wirkt, dass sich negative Referenzierungen auf stark weibliche Symbole in fast allen Gruppen finden, bspw. zu starkes Make-up, den Körperformen nicht entsprechende Kleidung, operativ zu groß veränderte Brüste, in auffällig inhaltlich übereinstimmenden Aussagen sowie selbstreferenziellen Aushandlungen – dies gilt auch für die Mädchen, die ansonsten eher starke Chiffren von Weiblichkeit einfordern, um das Ergebnis von Schönheitspraxen positiv zu beurteilen. Sichtbar wird das beispielhaft an den Aussagen aus der Reinickendorfer Gruppe:

R1: Ich find's auch richtig ekelhaft wenn man in der U-Bahn sitzt und dann kommen so Mädchen rein wo man einfach mal weiß ok für einmal schminken benutzen die eine komplette Box Make-up, ich find's einfach richtig, das sieht einfach richtig eklig aus, sie sehen aus als wenn sie einfach so ne Schicht Make-up drauf hätten und dann noch fünf Schichten Wimperntusche drauf gepackt haben und – fünf Millionen Tonnen Haarspray in den Haaren haben

R6: [...] ich mein ich bin ja auch eine von denen die sowas macht aber jetzt so viele Schichten Make-up und dann so viel Eyeliner drauf dass man sein Auge nicht mehr erkennt und keine Ahnung halt die Augenbraue abrasiert und denne nachgemalt das find ich auch total schwachsinnig einfach

(Zeile 729-740)

In den verhandelten Negativbildern der Übertriebenheit bildet sich einerseits ab, dass die Mädchen die Sichtbarkeit von Inkompetenz aushandeln, die sie als nicht vorhandenes Können bei den Schönheitspraxen abwerten. Darüber hinaus ist auffällig, dass gemeinsamer Nenner der genannten Aspekte ist, dass sie für Unnatürlichkeit und Künstlichkeit stehen i. S. v. zu stark sichtbarer Zurechtgemachtheit. Und diese als zu stark sichtbaren Verweise stellen den Befunden zufolge alle Verweise auf Weiblichkeit dar. An dieser Stelle tritt abermals deutlich hervor, in welch engem Korsett die Mädchen Inszenierungen und Verkörperungen von Werten situieren (vgl. Kapitel 5.1.3a). In den Aushandlungen zu adäquaten Verweisen auf Weiblichkeit lassen sich spezifische Einschreibungen identifizieren, die auf den schmalen Grat hinweisen, auf dem Normierungen *angemessen wahrgenommener Subjektivierung* angesiedelt sind: Die Mehrheit der genannten Chiffren stellt Verweise auf weibliche Geschlechtlichkeit dar, die in angemessener Umsetzung als obligatorisch betrachtet werden, in ihrer Übertriebenheit allerdings deutlich diskreditiert sind – unabhängig davon, ob ein *Zuwenig* an Weiblichkeit beim Äußeren ansonsten als Ungepflegtheit oder mangelnde Kompetenz gelesen wird. Das Aussehen als weibliches lesbar zu machen ist zwar verpflichtend. Andererseits gilt es darüber hinaus *nicht zu stark* die Weiblichkeit zu betonen. Hier lässt sich ablesen, wie bedeutend Weiblichkeit als zentraler Parameter ist, um den Schönheitspraxen (diskursiv) zirkulieren, der als Gradmesser zur Definition und Sichtbarmachung des Selbst dient. Ebenfalls zeigt sich, wie stark Sichtbarkeiten wahrgenommen werden und Urteilen unterliegen, die nicht nur dieses Sichtbare betreffen, sondern Rückschlüsse hervorrufen, die auf das ganze Selbst ausgeweitet werden.

c) Schönheitshandeln in pluralisierten Lebenswelten: Räume, Normalisierungen, Zwänge zwischen Privatheit und Öffentlichkeit

Wie im letzten Kapitel ausgeführt weisen die Auswertungen der Gruppendiskussionen darauf hin, dass im Schönheitshandeln immer bestimmte Werte inszeniert und lesbar gemacht werden. Aus den Aushandlungen lassen sich gruppenübergreifend bestimmte Werte erkennen, die eine hohe Relevanz im Normenkanon tragen für die Identität und deren Lesbarmachung für andere. Weiterhin zeigt sich, dass in den verschiedenen Gruppen heterogene Konzepte vorhanden sind, die Praktiken zur (Intensität der) Umsetzung der Werte sowie deren argumentative Rahmung steuern.

Darüber hinaus fällt bei der Auswertung der Konzepte der Befragten auf, dass die unterschiedlichen Anforderungen an das Aussehen offensichtlich in Bezug stehen zu situativ-lokalen Gegebenheiten: Die Werte werden in unterschiedlicher Stärke umgesetzt abhängig von den Räumen, in denen sie inszeniert werden. Bei Schönheitshandeln muss also immer auch der soziale Kontext antizipiert werden, für den es bestimmt ist:

PB5: Ja aber immer angepasst an die Situation – eben wenn ich jetzt ins Theater gehe dann würde ich da jetzt nicht mit Jogginghose hin sondern würd mir dann halt ne Jeans aussuchen in der ich mich wohlfühle – also so, man kann ja immer was nehmen was irgendwie passt

(Zeile 904-906)

Diese Aussage lässt sich exemplarisch lesen für den gruppenübergreifenden Konsens, dass die Bewertung von Schönheitshandlungen – in Form von Urteilen zur Angemessenheit der Umsetzung von Anforderungen – in Abhängigkeit steht von deren diskursiver Verortung in unterschiedlichen Erfahrungsbezügen. Die unterschiedlichen Lebenswelten sowie die daran geknüpften verschiedenen Erwartungen bilden sich über alle Gruppen hinweg weitgehend homogen ab. Hier stellen sich anscheinend gruppenübergreifende diskursive Differenzierungen von dispersen, pluralisierten Lebenswelten dar, für die die Befragten jeweils geltende Normen verhandeln. Außerdem weisen die Befunde darauf hin, dass diese Differenzierungen wirkmächtige Wissensordnungen abbilden, da die Jugendlichen sie als selbstverständlich und unhinterfragt aushandeln. Diese Aushandlungen nehmen im Austausch der Mädchen einen wichtigen Platz ein. Vergleichbar mit Gesprächen zu den *Germany's Next Topmodel*-Kandidatinnen (vgl. Kapitel 5.1.3a) zeigen sich hier vermutlich Prozesse der Vergemeinschaftung und des Abgleichs sozialer Normen. In diesem Kontext wird viel und selbstreferenziell über unpassende und/oder übertriebene Schönheitspraktiken gesprochen in Bezug auf andere, aber auch in Bezug auf sich selbst in jüngeren Jahren.

Besonders deutlich und paradigmatisch zeigen sich die aussehensbezogenen Situationen in unterschiedlichen Lebenswelten in den differenzierten Referenzen der Mädchen auf Schule auf der einen und »Ausgehen« auf der anderen Seite. Teilweise gestützt – als Antworten auf die Frage, ob die Mädchen sich für verschiedene Situationen unterschiedlich zurecht machen –, teilweise selbstreferenziell machen die Jugendlichen häufig eine für sie offensichtlich symptomatisch empfundene Differenz auf zwischen schulischem Umfeld und dem »Feierngehen«:

Z1: Also für mich gibt's glaub ich zwei verschiedene Sachen, so Party oder abends ne Veranstaltung und Schule. Für Schule isses wirklich dezent also es gibt natürlich viele in meiner Schule die rumlaufen – mit nem dicken Kajalstrich was [...] Was ich überhaupt nicht mache – für Schule wirklich das Nötigste und so und abends mal n bisschen mehr Mascara und Lidstrich oder Lidschatten oder was weiß ich was aber – sonst, das sind glaub ich diese zwei verschiedenen Sachen, ich mach jetzt nicht für Sport das Make-up und für das das ((Mehrere Befragte lachen))

Z4: Ähm das ist bei mir genau so – nur auch in der Schule kleid ich mich ganz anders als wenn ich abends mal weggehe – weil abends ist dann schon immer so n bisschen ausgeflippter und schicker und hohe Schuhe aber in der Schule zieh ich eigentlich eher so – gechillt an, einfach entspannt

(Zeile 1005-1015)

Die Differenzen werden i. d. R. konturiert anhand des Maßes der Schönheitshandlungen. Für das abendliche Ausgehen geben die Mädchen an, sich aufwändiger zurechtzumachen als für die Schule. Sie thematisieren diese Aktivitäten vor allem in Form von Make-up und Haaren – Verweise, die primär auf Weiblichkeit abzielen, wie die Befunde dieser Arbeit zeigen (vgl. Kapitel 5.2.1a). Inhaltlich ähnliche Aussagen wie die folgenden finden sich in allen Gruppen:

R2: Ja dann dann schmink ich mich – kommt drauf an was ich mache dann schmink ich mich manchmal mal doller und wenn ich abends weggehe dann glätt ich auch mal meine Haare weil sie dann einfach, sie liegen also sie liegen auch so schön aber ich liebe das wenn sie so RICHTIG krass glatt sind

(Zeile 655-658)

P3: Aber mir ist das schon wichtig, also ich würd glaub ich nicht ohne Schminke in die Schule gehen weil – weiß ich nicht – dis – ähm also was es für Unterschiede gibt, also bei mir gibt es jetzt keine Unterschiede wieVIEL ich mich schminke oder so total anders – ähm – sondern eher so wie sorgfältig [...] – aber wann man dann irgendwie mal – halt Samstagabend weggeht oder Freitagabend weggeht dann fällt mir halt auf dass ich mich n bisschen sorgfältiger schminke also dann nehm ich mich n bisschen mehr Zeit und so – und dass es dann halt auch – schön aussieht so ((lacht))

(Zeile 859-867)

Sichtbar werden die Variablen *Dauer* und *Aufwand* der Schönheitshandlungen, die sich unterscheiden in Abhängigkeiten von den Räumen, für die die Praxen stattfinden, auch in der Beschreibung von Gemeinschaftsaktivitäten. Diese Gemeinschaftsaktivitäten stellen offensichtlich eine Besonderheit dar als Situationen, die hauptsächlich vor dem Ausgehen, stattfinden:

G6: Also wenn ich zur Schule gehe weiß ich das [was ich anziehen soll, Anm. d. Verf.] schon

G3: Nee ich überleg mir das abends, dann lieg ich im Bett und denk, oah will ich das wirklich anziehen

G5: Ja wenn ich weggeh ist das anders aber wenn ich in die Schule geh, dann weiß ich, ja die Hose

G6: Ok, aber wenn ich weg geh dann dauert's auch wesentlich länger

G1: Ja meistens ist es dann auch so weil wir eng befreundet sind dass wir zu irgendwem gehen und uns dann da

((Befragte reden und lachen durcheinander, unverständlich))

G4: Ja voll lustig, dann wird getauscht, der kriegt deine Schuhe, der kriegt deine Kette, ja ok

G3: Und schminkst du mich mal und dann lässt man die Haare flechten oder so und das macht man, macht man dann eigentlich so

(Zeile 511-520)

Für die Schule geben einige der Jugendlichen an, sich kaum zurecht zu machen¹⁰¹. Auffallend für diesen Raum ist zudem, dass die Schönheitshandlungen teilweise banalisiert werden. Hier zeigen sich möglicherweise Distanzierungsstrategien, da für den Kontext Schule andere Werte aktualisiert werden als Weiblichkeit (vgl. Kapitel 5.2.1a und 5.2.1b). Möglicherweise kommen diese Positionierungen aber auch vor dem Hintergrund der Normalisierungen von Schönheitshandlungen zustande. D. h. die Mädchen halten es für selbstverständlich, diverse Modifikationen des eigenen Aussehens vorzunehmen, die für sie so sehr eine Normalität darstellen, dass sie diese gar nicht (mehr) wahrnehmen. So lässt sich die folgende Aussage eines Mädchens der Zehlendorfer Gruppe in Bezug auf ihre alltäglich vorgenommenen Schönheitshandlungen für den schulischen Kontext interpretieren – nach allgemeinen Maßstäben deutet die Aufzählung quantitativ eher nicht auf »Schlichtheit« hin, die Jugendliche nimmt sie aber offensichtlich als solche wahr:

Z1: Mmh ja, auf alle Fälle auf Klamotten achten und was man kauft [...] und ja schminken tu ich mich auch aber nicht extrem also – einfach schlichte Sachen, Mascara, Abdeckstift manchmal Lidschatten oder bisschen Kajal aber – Lipgloss oder Labello als jetzt nicht extreme Sachen

(Zeile 932-937)

Eine weitere (und/oder ergänzende) mögliche Erklärung dafür, dass die Mädchen ihre Schönheitshandlungen für den schulischen Kontext als vergleichsweise gering kennzeichnen, ist, dass die *Art der Schönheitshandlungen* ursächlich dafür ist, wie stark sie wahrgenommen und erinnert werden. Die Befunde dieser Arbeit zeigen, dass die Jugendlichen verschiedene Formen von aussehensbezogenen Praxen verhandeln. Grob lassen sich diese differenzieren als auf der einen Seite *habituelle* und auf der anderen Seite *besonders* wahrgenommene Arten von Schönheitshandlungen (vgl. Kapitel 5.2.2a). Für die Schule führen die Mädchen vor allem ritualisiert-habituelle Handlungen durch, die weniger stark wahrgenommen werden (sowohl in actu, als Schönheitshandlungen, als auch generell, im Sinne des Erinnerns), eben da sie so stark ritualisiert und standardisiert sind.

101 In vielen Fällen gilt, dass formulierungswürdige Abweichungen, bspw. in Bezug auf Makeup, insbesondere für die Lebenswelt Schule angesprochen werden. Eine mögliche Erklärung hierfür liegt in der Quantität des Auftretens, also dass der Kontext Schule wesentlich häufiger erlebt wird als Lebensräume im Radius von Disco & Co.

Aufgrund der gruppenübergreifend homogenen Aussagen stellt sich als auffällig dar, dass der Beginn der »systematischen« aussehensbezogenen Selbsttechnologien in vielen Gruppen zeitlich verortet wird anhand des Übergangs auf die Oberschule¹⁰². Diese Annahme spiegelt sich bspw. wider in den Aussagen von Mädchen zum Thema Rasieren:

I: Und wann habt Ihr damit angefangen?

((2 Sekunden Pause))

PB?: Hmm weiß ich auch nicht

PB 4: Auch so Anfang Achte?

PB1: Also Achseln rasieren hab ich schon von Anfang an gemacht

PB4: Ja ich auch

PB1: Auch die Beine rasieren, so – siebte Klasse

PB4: Ich auch, so siebte

PB1: Vorher ist mir das gar nicht aufgefallen glaub ich

PB4: Nö mir auch nicht

((Mehrere Befragte lachen))

(Zeile 379-389)

In derselben Gruppe erklären die Befragten den Anstoß zu aussehensbezogenen Praxen mit der Veränderung des Umfeldes durch den Schulwechsel von Grund- auf Oberschule. Auf der weiterführenden Schule, so der Tenor, orientieren sich Mädchen bezüglich des Aussehens an älteren Mitschülerinnen:

PB3: Aber ich glaub das ist auch n Einfluss weil die jetzt aufm Gymnasium sind und die sehen – auf der Grundschule bist du ja eine der Ältesten sozusagen und – naja aufm Gymnasium oder so bist du – ne Sechstklässlerin und damit eine der jüngsten und dann willst du halt dazu gehören und dann siehst du auch viel mehr die sich aufstylen, so oh guck ma die hat das so und so gemacht, dann versuchend die das auch natürlich am nächsten Tag oder am Nachmittag auch so zu machen wie die's bei der Mitschülerin gesehen haben oder

PB4: Das stimmt, das geht auch total schnell, also ne Freundin von mir, die ist auch nach der Vierten gewechselt und ich bin halt noch geblieben, sie war dann aufm Gymnasium und wenn wir uns dann so getroffen haben hab ich auch schon so gemerkt, sie hatte dann immer so was was weiß ich was da in war, so n Gürtel mit ner großen Schnalle oder halt – schon man hat total den anderen Stil und so schick und dann so große Ohrringe oder ne Kette mit großen Perlen oder keine Ahnung, wo ich gar nicht dran gedacht hab irgendwie ((lacht))

(Zeile 787-798)

102 Dieser Zeitpunkt ist ähnlich dem, der als Beginn der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* genannt wird. Daraus wird in dieser Arbeit ausdrücklich nicht auf eine (Richtungs-)Wirkung geschlossen. Es scheint vielmehr, dass der Übergang auf die Oberschule im Alter von ca. 12 Jahren für die Mädchen generell eine Art Zäsur darstellt, mit der verschiedene Erweiterungen des Lebensumfeldes einhergehen. Möglicherweise setzen und nennen die Mädchen diesen Zeitpunkt auch nur als Marker, und die zeitliche Variation ist eigentlich deutlich größer.

Auffällig durch die Häufigkeit des Auftretens in vielen Gruppendiskussionen sind Aushandlungen der Jugendlichen zu anderen, jüngeren Mädchen, die nach Aussage der Befragten in zu jungem Alter beginnen, ihr Aussehen (unangemessen-übertrieben) zu modifizieren¹⁰³. Dies passt zum Befund im Kontext der Aneignung von *Germany's Next Topmodel*, dass sich die Befragten häufig dezidiert von der Rezeption jüngerer Mädchen – auch von sich selbst in jüngerem Alter – distanzieren.

Dass die Befragten nicht nur eine Zweiteilung der sozialen Räume in *Schule* und *Ausgehen* erleben, zeigt bspw. der Kontext Schule. Für diesen Raum thematisieren die Mädchen verschiedene Sub-Erfahrungsbezüge, bspw. Vorträge, Veranstaltungen, Projektwochen o. ä. Diese erfordern den Aussagen der Mädchen zufolge ebenfalls spezielle Repräsentationen des eigenen Äußeren:

F1: [...] ich zieh mich zum Beispiel anders an wenn ich irgendwie, weiß nicht, beim Praktikum, wir hatten letztes Jahr Praktikum und da hab ich ganz andere Sachen angezogen und mich ganz anders irgendwie so präsentiert, als wenn ich in die Schule gehe. Also es ist halt schon, man achtet schon da drauf

F4: Aber bei mir ist halt auch wichtig so, also an meiner Schule haben wir halt so Projektwochen. Das ist halt bei mir auch richtig krass, ich zieh mich in Projektwochen anders an, als im normalen Unterricht, das ist eigentlich richtig seltsam [...] Ich weiß noch nicht mal ob schöner, aber einfach anders. Ich weiß auch nicht, irgendwie ein bisschen gechillter und kreativer ((lacht))

(Zeile 1398-1407)

Auch für weitere Räume zeigen sich in den Aushandlungen der Mädchen nuancierte Abstufungen, die auf das Vorhandensein von vielfältigen Sub-Erfahrungsbezügen hinweisen:

R1: Kommt auch drauf an was ich mache, also wenn ich mich NUR mit Freunden treffe – wo ich halt weiß ok – wir chillen halt nur bei ihr zu Hause rum

R4: Dann mach ich gar nichts, dann bin ich ungeschminkt ((lacht))

R1: Dann geh ich einfach so, dann geh ich auch mal irgendwie in ner Jogginghose einfach so raus oder keine Ahnung aber wenn ich jetzt weiß, ok, ich treff mich jetzt mit meinen GANZEN Freunden in Tiergarten und – keine Ahnung oder man weiß man geht heut abend tanzen, weg

(Zeile 664-670)

F1: Wenn man sich mit Freunden trifft, dann ist meistens egal. Also dann kommt entweder mit den Sachen, mit den man halt zur Schule gegangen ist so [...]

F2: Oder mit den Sachen wo man halt zu Hause kommt, so Jogging-Hose und Pulli Pull-over so

(Zeile 1388-1392)

103 Dies passt zum Befund im Kontext der Aneignung von *Germany's Next Topmodel*, dass sich die Befragten häufig dezidiert von der Rezeption jüngerer Mädchen – auch von sich selbst in jüngerem Alter – distanzieren (vgl. Kapitel 5.1.1).

Übergreifend zeigt sich in der Auswertung, dass die Mädchen häufig und in vielfältigen Kontexten die Un-/Angemessenheit des hergestellten Aussehens in den jeweiligen Lebenswelten thematisieren und diskutieren. Für die verschiedenen sozialen Kontexte rufen die Mädchen offensichtlich spezifische Anforderungen und Erwartungen auf, die jeweils als inhärent-selbstverständlich gesetzt werden. Die Unterschiede der kontextabhängigen Schönheitspraxen liegen vor allem in der Stärke der Sichtbarkeit bestimmter Chiffren, in der diese inszeniert und lesbar gemacht werden. In der Lebenswelt *Öffentlichkeit-Alltag* bspw. gilt es, das Äußere nicht zu stark sichtbar zu modifizieren. Dies zeigt sich daran, dass die Jugendlichen für diesen Kontext häufig die Übertriebenheit von Schönheitshandlungen thematisieren. Die besondere Kompetenz für diesen Raum besteht darin, das Aussehen natürlich, gepflegt, authentisch und weiblich wirken zu lassen, ohne zu starke Sichtbarkeit und/oder zu großen Herstellungsaufwand zu demonstrieren. Für den Gegenpol, das Ausgehen, dagegen darf die Sichtbarkeit sehr viel stärker hergestellt werden. Welche Werte jeweils leitend sind, variiert von Gruppe zu Gruppe (vgl. Kapitel 5.2.1a und 5.2.1b).

Auffallend ist, dass die Jugendlichen bei Fragen zum Schönheitshandeln das Setting des Zuhauses bzw. familiären Umfelds so gut wie nie thematisieren. Die Mädchen sind sich freilich nicht bzw. kaum bewusst, dass sie aussehensbezogene Praxen primär für öffentliche Räume verhandeln. Diese Nicht-Thematisierungen lassen sich spannungs- und aufschlussreich auslegen: Es scheint, dass der Lebensraum »Zuhause« für die Jugendlichen nicht mit Schönheitshandlungen assoziiert ist. Auch Aushandlungen zur Angemessenheit von aussehensbezogenen Praxen beziehen die Mädchen so gut wie nie auf ihr Zuhause. Bei expliziten Nachfragen zu Schönheitshandeln im eigenen Zuhause wird in allen Gruppen deutlich, wie stark dieser Bereich als „zwanglos“ empfunden wird (vgl. Kapitel 5.2.2d). Exemplarisch dafür steht die Aussage einer Befragten aus der Zehlendorfer Gruppe:

Z1: Aber bei mir ist es auch zum Beispiel so wenn man mich am Wochenende zu Hause antrifft, dann bin ich im übelsten Penner-Look aller Zeiten
(Zeile 1024-1025)

Analogien zeigen sich in der Aussage eines Mädchens aus der Pankower Gruppe über das Zusammensein mit ihrem Partner¹⁰⁴:

P3: also mit meinem Freund das hat sich n bisschen verändert also am Anfang also wir sind halt schon ziemlich lange zusammen und am Anfang musst ich mich halt auch immer schminken wenn ich bei ihm bin und so das war mir dann schon n bisschen unangenehm aber jetzt ist es auch so also es ist mir eigentlich völlig egal und der darf mich auch ungeschminkt sehen also – der darf mich auch sehen wenn ich Pickel hab ((lacht)) aber – das hat sich irgendwie total verändert weil wir halt schon so lange zusammen sind
(Zeile 875-880)

104 Diese Aussage macht offensichtlich, dass die Mädchen sonst in keinem Fall das Zusammensein mit einem/einer PartnerIn ansprechen.

In anderen Gruppen finden sich ähnlich lautende Aussagen, die das Aussehen partiell als frei von Zwängen kennzeichnen, ebenfalls in Bezug auf die Gemeinschaft mit Freundinnen im eigenen Zuhause oder dem der Freundinnen. Gemeinsam ist allen diesen Aushandlungen, dass sie für nicht-öffentliche, halb-private Kontexte gelten. Auch hier lässt sich ansatzweise der Druck, wahrgenommene Defizite modifizieren zu müssen, ermessen, der offensichtlich in den sonstigen Erfahrungsbezügen der Mädchen herrscht. Die Aussagen deuten außerdem darauf hin, dass soziale Kontexte – bzw. die damit verbundenen antizipierten Blicke der anderen – partiell veränderlich sind und einer Prozesshaftigkeit unterliegen.

Damit macht der privat-familiäre Lebensraum als Vergleichsfolie auch die Nicht-Thematisierungen und Selbstverständlichkeiten bezüglich Schönheitspraxen evident, die für alle anderen Kontexte zu gelten scheinen, aber für die Mädchen einen selbstverständlichen, unhinterfragten Status quo darstellen, der daher dem Denken und der Verbalisierung nicht zugänglich ist. Nur wenn die Jugendlichen mit dem privat-nicht-öffentlichen Kontext einen Vergleichshorizont aktualisieren, werden ihnen offensichtlich partiell die Zwänge der anderen Räume bewusst. Auffällig ist auch, dass die Mädchen ihre Positionierungen zu aussehensbezogenen Praxen in privaten Lebenswelten in keinem Fall als konfligierend und/oder widersprüchlich zu ihren sonstigen Aussagen empfinden (vgl. dazu auch Kapitel 5.1.3). Auch treten nach Aussagen, in denen die Befragten die Zwänge der öffentlichen Räume reflektieren, nie weiterführende Infragestellungen oder Reflexionen auf, und bei darauffolgenden Positionierungen zu öffentlichen Räumen kommt es nie dazu, dass die Mädchen die Wahrnehmungen der Zwänge erneut aktualisieren. Es wirkt so, als existierten die Wissensordnungen auf der einen Seite für öffentliche Kontexte und auf der anderen für den privaten Raum quasi losgekoppelt, fragmentiert voneinander. Hier zeigt sich vermutlich die starke Reproduktion von gesellschaftlichen Wissensbeständen und Einschreibung in geteilten Sinnstrukturen. Im Sinne des Foucaultschen Gouvernementalitätskonzepts wird damit sichtbar, wie sich Machtverhältnisse, hegemoniale Rationalitäten in Modi der Selbstsorge verlagern, die der Problematisierung der Subjekte damit entzogen bleiben (vgl. Kapitel 2).

Die verschiedenen Räume, die die Mädchen thematisieren, stimmen in allen Gruppendiskussionen weitestgehend überein. Insgesamt verweist die Auswertung der Aushandlungen zur Nuancierung dieser (Sub-)Räume darauf, dass die Mädchen die Settings zentral differenzieren in Abhängigkeit davon, ob es sich um öffentliche oder private Räume handelt. Als Pole lassen sich auf der einen Seite das »Ausgehen« – bspw. in Clubs/Discos, zu Feiern oder Konzerten – und auf der anderen Seite das eigene Zuhause festmachen. Basierend auf der Häufigkeit der Thematisierungen verweisen die Befunde auf die folgenden Räume als die relevantesten:

- Schule und die verschiedenen Subkontexte (s. o.) als öffentlicher Raum,
- das Zusammensein mit männlichen und weiblichen FreundInnen im Kontext des Feierns im öffentlichen Raum,
- das Zuhause, sowohl im Allein- wie auch im Zusammensein mit Familie, als nicht-öffentlicher, privater Raum.

Zwischen diesen Räume zeigen sich weitere:

- Das Zusammensein mit Freundinnen im privaten Umfeld der familiären Wohnungen, das die Befragten als nicht-öffentlichen, halb-privaten Raum aushandeln.
- Das Zusammensein mit Freundinnen bspw. beim Einkaufen, Sport oder im Park, das die Mädchen als halb-privaten Kontext situieren.
- Aktivitäten im öffentlichen Umfeld routinemaßiger, alltäglicher Unternehmungen, bspw. einkaufen, die die Mädchen als öffentlichen Raum verorten. Allerdings zeigen sich in den Aushandlungen zu Anforderungen an das Schönheitshandeln in diesem Raum heterogene Positionen.

Für die verschiedenen Räume sowie die entsprechenden Schönheitshandlungen scheint charakteristisch, welche *anderen* jeweils für diese Erfahrungsbezüge antizipiert werden, die das Aussehen wahrnehmen und bewerten. Diese *anderen* sind offensichtlich diskursiv verknüpft mit den Normen, die bestimmen, welche Werte die Mädchen sichtbar machen. Erkennbar wird das bspw. bei der Differenzierung der Jugendlichen in Bezug auf den öffentlichen Raum im Zusammensein mit FreundInnen: Es macht einen Unterschied für die Mädchen, ob sie sich im öffentlichen Raum Schule bewegen, oder ob sie sich außerhalb der Schule im öffentlichen Raum aufhalten, aber sich ausschließlich im Zusammensein mit ihren FreundInnen wahrnehmen, quasi als halb-öffentliche Sphäre, oder ob sie sich im öffentlichen Raum im Rahmen von Festivitäten bewegen. Die Befunde verweisen darauf, dass sich hier exemplarisch ein grundlegendes Phänomen abbildet, das für alle Räume gilt: nämlich das Konzept allgemeingültig-selbstverständlicher, raumabhängig-spezifischer Angemessenheit von Schönheitshandlungen. Auffälligkeiten und/oder Abweichungen von diesen werden negativ sanktioniert, meist in Form von (unausgesprochenen) Bewertungen und teilweise Kommentierungen. Auf gesellschaftlicher Ebene verweist dies darauf, dass in den verschiedenen Räumen jeweils unterschiedliche normative Rahmungen der Sichtbarkeit und Anerkennbarkeit herrschen, um intelligibel zu sein.

Die Relevanz der Sichtbarkeit für die antizipierten anderen und die dem inhärenten Normen/Normalisierungen werden evident im Vergleich der voneinander abweichenden Konzepte, die sich in der Auswertung für bestimmte Räume zeigen. Wie bereits ausgeführt, weisen die Befunde im Inter- und partiell auch Intragruppenvergleich auf heterogene Einschreibungen der Mädchen in Bezug auf einige Konzepte hin. Unter Bezugnahme auf die Räume lassen sich diese deutlich konturieren und kontrastieren: Bemerkenswerte Unterschiede zeigen sich in den Positionierungen zu aussehensbezogenen Praxen für den Kontext des öffentlichen Nahraums im Umfeld des Zuhauses. Auffällig ist auch die Häufigkeit der ungestützten Thematisierungen dieses Kontextes. Für ihn – i. d. R. thematisieren die Mädchen ihn über Aktivitäten wie Lebensmittel einkaufen – gilt anscheinend, dass er einerseits als öffentlich wahrgenommen wird. Vermutlich bedingt durch die örtliche Lage eines Nahraums im Umfeld des privat-familiären Kontexts nehmen einige Mädchen diesen Raum als vertraut und damit semi-öffentlich wahr. (Auch hier wird die Prozesshaftigkeit, der die Räume unterliegen, sichtbar.) Die Vertrautheit antizipiert auch, welche anderen sie dort zu erwarten haben. Diese anderen wiederum sind, anders als die im schulischen Umfeld, nicht solcherart relevant, dass die Mädchen sich gefordert fühlen, lesbare Verweise auf bestimmte Werte zu inszenieren. Die Darstellung der Sichtbarkeit gelungener Selbstführung ist für sie in die-

sem Kontext offenbar nicht notwendig. Exemplarisch für diese Einschreibung stehen die folgenden Aussagen aus der Kreuzberger Gruppe. Bemerkenswert sind diese zudem, da die Jugendliche explizit aussagt, dass sie ihre Schönheitshandlungen an anderen ausrichtet. Und dass sie priorisiert, für welche anderen es »erforderlich« ist, sich schön zu machen:

K2: Ich gehe so oft ungeschminkt aus dem Haus wenn ich zu Hause bin dann mache ich wirklich auch gar nichts dann gehe ich zu Kaiser's, das sind 20 Meter von mir und dann bin ich dann eben auch bei Kaiser's wo mich dann auch paar Kassiererinnen ungeschminkt sehen, das find ich, das ist überhaupt kein Problem, meine Freundin sagt zu mir ((imitiert)) du gehst UNGESCHMINKT?

((Mehrere Befragte lachen))

I: Und es wäre auch nicht schlimm wenn du da jemanden begegnen würdest den du kennst?

K2: Kommt drauf an wer ((Mehrere Befragte lachen)) wenn es vielleicht ne Nachbarin von mir ist die 40 ist dann ist es ok, gar kein Problem aber wenn es vielleicht jemand ist der mir wichtiger ist ((Mehrere Befragte lachen)) und wenn ich dann ungeschminkt bin – also dann ist, da wäre es mir da vielleicht schon lieber ich würde anders aussehen in diesem Moment vielleicht

(Zeile 598-607)

Andererseits stellen manche Mädchen gerade in diesem als vertrautes Nahfeld wahrgenommenen Kontext besondere Anforderungen an ihre Schönheitshandlungen. Die für diesen Raum antizipierten anderen setzen für diese Jugendlichen normative Erwartungen, eben da sie durch die Nähe zum eigenen Zuhause vertraut sind. Die Mädchen nehmen vorweg, dass die anderen ihr Äußeres beachten und daraus Schlussfolgerungen auf ihre Selbstführung und Identität ableiten. Und diese Schlussfolgerungen sind offenbar von Bedeutung für die Mädchen. Die Vermutung liegt nahe, dass für diese Jugendlichen das Äußere (noch) stärker die Selbstführung symbolisiert als für die andere Gruppe und es für sie höchstrelevant ist, als diszipliniertes und weibliches Subjekt erkennbar zu sein für andere. Beispielhaft für diese Position steht die Aussage einer Befragten aus der Reinickendorfer Gruppe:

R6: Bei uns ist es, also in meinem Viertel sag ich mal, ist es so dass jeder jeden kennt und wenn sie dich jeden Tag geschminkt sehen und am nächsten Tag oder so ungeschminkt dann denken die, oah ist die hässlich oder so – deswegen also wo ich unterwegs war hab ich mich total unwohl gefühlt weil mich kennen dort JEDER, mich kennen da auch sehr viele und dann hab ich immer Angst dass die ich so sehen, einmal so n Faulheitstag – naja das war mir halt nicht so – ich hatte auch Angst dass ich jemanden sehe

(Zeile 795-800)

Hier bildet sich die bereits beschriebene Relevanz ab, die die Sichtbarkeit bestimmter Verweise für die befragten Jugendlichen hat. Universell und am bedeutendsten stellen sich Verweise auf Gepflegtheit und Weiblichkeit dar. Als ergänzender Befund, der sich aus den ausgeführten Aussagen zu den verschiedenen Räumen ergibt, zeigt sich: Zwar sind für alle Befragten Sichtbarkeit von Gepflegtheit und Weiblichkeit erforderlich in

bestimmten, eindeutig öffentlichen Räumen wie im schulischen Kontext oder im Kontext des Ausgehens. Die Notwendigkeit, diese Verweise auch in anderen Sub-Bezügen zu verkörpern, nehmen die Mädchen dagegen unterschiedlich wahr. Die (antizipierten) Sanktionen, die aus der für andere sichtbaren Nicht-Verkörperung resultieren, bestehen darin, negative Zuschreibungen in Bezug auf die eigene Persönlichkeit zu erfahren. Woraus die Unterschiede in den Einschreibungen zwischen und innerhalb der Gruppen sich ergeben, lässt sich in dieser Arbeit nicht beantworten. Mögliche Erklärungen sind der Status bzw. das Milieu, aber auch familiär-individuelle Faktoren oder das Selbstwertgefühl bzw. eine Kombination aus allem (vgl. Kapitel 6.2).

Ähnliche Zwänge, das Äußere (auf eine bestimmte Art) für den Kontext Schule zu gestalten, werden in vielen Gruppen ungestützt angesprochen. Bemerkenswert ist vor allem der Befund, dass die Schule einen Raum darstellt, für den ein Großteil der Mädchen den Druck *wahrnimmt*, das Äußere den als normalisiert angenommenen Standards anzupassen (vgl. Kapitel 5.2.2d). Die Positionierungen der Mädchen zu Schönheitshandlungen für den schulischen Kontext verweisen auf eine relativ große Spanne von Praxen: Als Maximum für schulbezogene Schönheitspraxen ist charakteristisch, so die Befunde, dass diese sich für den Kontext des Aus-/Feierngehens noch steigern lassen können müssen. Das Minimum ist schwierig festzustellen¹⁰⁵. Als Mindestmaß für den schulischen Raum lässt sich grob gesagt fassen, Verweise auf Weiblichkeit sowie des Auf-sich-achtens sichtbar zu machen. Die Verweise auf Weiblichkeit sind wie bereits ausgeführt offenbar so stark normalisiert, dass sie als Selbstverständlichkeiten selten verbalisiert werden, aber in der Auswertung über Abgrenzungen, Auslassungen u. ä. evident werden. Das disziplinierte Auf-sich-achten deuten die Mädchen meist als Praxen des Sich-pflegens. In den Aushandlungen wird dies augenfällig in den häufigen Aussagen zu obligatorischen Mindestanforderungen bezüglich des eigenen Äußeren, die die Mädchen ähnlich einer »Restauration« begreifen, mit der sie aussehensbezogene Defizite oder Unvollständigkeiten kaschieren (müssen) (vgl. Kapitel 5.2.1a und 5.2.1b). Die Befunde deuten darauf hin, dass diese Modifikationen i. d. R. auch weibliche Chiffren enthalten in der Form, dass es Praxen sind, die von den Mädchen vergeschlechtlicht ausgehandelt werden als ausschließlich Frauen und Mädchen vorbehalten:

R2: Also was bei immer muss, im Winter grade, ist bisschen Rouge oder so dass man einfach n bisschen frisch oder so – ich kann auch ungeschminkt, ganz ohne Schminke rausgehen das ist kein Problem aber – lieber – ganz bisschen Rouge

R4: Nee bei mir ist es so ich muss meine Augenbrauen auch machen weil die so – klein sind und so hell – und aber ich würd auch ohne rausgehen aber wenn ich denn auch zur Schule keine Lust hab mich richtig zu schminken, die mach ich dann schon aber – sonst würd ich auch ungeschminkt rausgehen

R6: Also auf die Straße oder so mit ner Jogginghose bin ich noch nie gelaufen halt nur am Samstag, das war ganz zufällig da hatt ich's halt eilig, da war ich ungeschminkt, hatte ne Jogginghose und war dann draußen, also – man fühlt sich nicht wohl dabei –

105 In seltenen Fällen geben die Mädchen an, für die Schule keine Modifikationen des eigenen Äußeren vorzunehmen. Aber wie sich in den bereits ausgeführten Befunden zeigt, ist »keine« relativ und weit dehnbar und bedeutet i. d. R. nicht, dass tatsächlich keinerlei Selbstbearbeitung vorgenommen wird.

also ich nicht sozusagen
(Zeile 679-689)

Z3: Aber in die Schule würd ich niemals gehen ohne Schminke – also ohne Wimperntusche wenigstens
(Zeile 1045)

In einigen Gruppen fallen Thematisierungen ins Auge, in denen die Befragten den Druck, den sie im Kontext Schule bezüglich der Gestaltung ihres Aussehens wahrnehmen, auf der Metaebene verbalisieren, und nicht über die Verhandlung von Einzelphänomenen (vgl. Kapitel 5.2.2d). Sehr deutlich und vergleichsweise ausführlich besprechen dies die Befragten in der Zehlendorfer, der Friedenauer und der Karlshorster Gruppe¹⁰⁶:

F1: Ist auch nicht cool sich jeden Tag zu überlegen, oh was zieh ich jetzt wieder in die Schule an

F2: Ja eigentlich wär ne Schuluniform schon praktisch weil das würde echt viel Zeit sparen
(Zeile 1113-1115)

KH4: [...] alle blond, alle krass geschminkt, Make-up, alles und über die wird halt ziemlich viel getratscht aber die tratschen auch viel über andere und wenn du zum Beispiel Eyeliner drauf hast und der passt so nicht zu deinem Gesicht und du kommst damit zur Schule dann fängt sofort der Tratsch an [...] Aber an unserer Schule ist es allgemein finde ich, von der Art untereinander richtig schlimm. Also wirklich dass so Oberflächlichkeiten. Ich glaub deswegen schminke ich mich auch so n bisschen mehr als alle anderen weil ich will halt irgendwie dazu gehören und wenn die dir [?] getratscht wird, also ich habe da gar keinen Bock drauf und trotzdem wird über mich getratscht
(Zeile 1181-1205)

Z1: Damals hab ich meine roten Kordhosen und meine Schlabber-T-Shirts getragen, das sah total schlimm aus

Z2: Ja genau, hab ich auch

Z4: Aber doch nicht in der Achten?

Z1: Aber in der Siebten, da hatte ich meine rote Cordhose an und wurde gemobbt deswegen ((lacht))

Z4: Wurdest Du richtig gemobbt oder nur geärgert?

Z1: Gemobbt, sogar von meinen besten Freundinnen, die haben den ganzen Tag nicht mit mir geredet

(Zeile 1102-1108)

Wie bereits ausgeführt werden Druck und Zwänge möglicherweise vor allem für den schulischen Kontext wahrgenommen und thematisiert aufgrund deren Quantität. Eine

106 Die Jugendlichen der Karlshorster und der Zehlendorfer Gruppe beschreiben (retrospektiv) eigene Erfahrungen. Die Stärke ihrer Betroffenheit legt die Vermutung nahe, dass sie Mobbing Erfahrungen schildern, eine Befragte aus der Zehlendorfer Gruppe verwendet explizit diesen Begriff.

weitere/ergänzende Erklärung ist, dass die Art der Schönheitspraxen zu deren Wahrnehmung führt: Demnach stellen die Praxen für den Raum Schule primär routiniert-habituelle Handlungen dar, die die Mädchen häufig als langweilig thematisieren (vgl. Kapitel 5.2.2a).

5.2.2 Exkurse: Verschiedene Formen von Schönheitshandlungen, männliche Schönheitspraktiken, Inszenierungen in sozialen Netzwerken und Infragestellungen

In diesem Kapitel werden verschiedene Befunde vorgestellt, die nur angeschnitten werden können. Die Auswertungen lassen keine umfassenderen Erkenntnisse zu bzw. würde eine in die Tiefe gehende Befundung den Fokus dieser Arbeit und die vorhandenen Ressourcen übersteigen. Da sich durch die folgenden Befunde aber andere Erkenntnisse dieser Arbeit besser verstehen lassen, sollen sie nicht gänzlich außen vor gelassen werden.

a) Verschiedene Arten von Schönheitshandlungen: Regelmäßig-routinisierte und unregelmäßig-besondere Praxen

Bei der Untersuchung der Aushandlungen zu Schönheitshandlungen fällt auf, dass die Jugendlichen in allen Gruppen zwischen verschiedenen Arten von Praxen unterscheiden. Es treten in der Auswertung zwei Kategorien deutlich hervor, sicherlich existieren aber mehr und/oder diverse Sub-Kategorien. Die Trennung der beiden Formen ist als eine analytische zu verstehen; in der Praxis bestehen sicherlich vielfältige Schnittstellen, Überlappungen, Abgrenzungen und Heterogenitäten, die in dieser Arbeit nicht durchscheinen. Mit den unterschiedlichen Werten stehen die zwei Formen der Schönheitshandlungen nicht in Zusammenhang, wohl aber lassen sich Bezüge zu den Anwendungen in *den verschiedenen Räumen* interpretieren. Auch die Einstellung der Mädchen zur Ausführung der Praxen unterscheidet sich und damit in Verbindung ihr Umgang mit den jeweiligen Praxen. Die Befunde lassen darüber hinaus vermuten, dass in der Differenzierung ein Teil der Erklärung liegt, inwieweit für die Jugendlichen Infragestellungen der Schönheitspraxen reflektierbar werden und damit die Entwicklung einer kritischen Perspektive möglich ist (vgl. Kapitel 5.2.2d).

Die Befunde verweisen darauf, dass sich die zwei Arten von Schönheitshandlungen nicht so sehr in der Praxis selbst, sondern vielmehr im Diskurs, der argumentativen Rahmung und der Einschreibung unterscheiden. Aus den Konzepten der Befragten heraus lassen sich diese zwei Arten charakterisieren als einerseits *regelmäßig-routinisierte* und andererseits *unregelmäßig-besondere Praxen* (vgl. Krause 2014). Bei diesen zwei Formen fallen Überschneidungen auf in dem Sinne, dass die Befragten teilweise dieselben Praxen als unterschiedliche Arten verorten. Zentral dafür, ob die Praxen als regelmäßig-routinisierte oder unregelmäßig-besondere gerahmt werden, sind die Bewertungen der Handlungen und die jeweils unterschiedlichen Emotionen, die sie hervorrufen. Die Rahmungen scheinen milieubedingt geprägt zu sein, im Intergruppenvergleich weisen die Teilnehmerinnen innerhalb einer Gruppe deutliche Ähnlichkeiten – zumindest in den Diskursen – auf. Regelmäßig-routinisierte Praxen sind dadurch gekennzeichnet,

dass die Mädchen sie im Alltag vornehmen und sie häufig durchführen. Dadurch laufen diese Handlungen offensichtlich größtenteils habituell und standardisiert ab und werden von den Mädchen auch entsprechend wahrgenommen. Die regelmäßig-routinisierten Praxen begreifen die Mädchen meist als »Basisprogramm«, das obligatorisch gesetzt ist. Die Praxen haben den Status ähnlich einer Pflege-/Hygienemaßnahme. Sichtbar wird das etwa in den beschriebenen Schönheitshandlungen mit Verweis auf Weiblichkeit, deren Ausführung als normativ gesetzt wird von den Mädchen (vgl. Kapitel 5.2.1a), den formulierungswürdigen Auffälligkeiten bei Nicht-Ausführung (vgl. Kapitel 5.2.1c) oder den ironisiert verwendeten Aussagen von Mädchen bei der Einstiegsfrage nach eigenem Schönheitshandeln (vgl. Kapitel 5.2.). Prototypen für diese Arten von Praxen sind die Rasur der Körperbehaarung, die Haarpflege oder die Verwendung von Make-up. Auffällig ist die Selbstreferenzialität, Häufigkeit und Ungestütztheit, die die Aushandlungen der Jugendlichen in Bezug auf diese Bereiche zeigen (bis auf die Entfernung der Körperhaare¹⁰⁷). Beispielweise findet in vielen Gruppen ein reger Austausch dazu statt, wann und wie oft die Mädchen Haare waschen und mit welchen Produkten die Haarpflege vorgenommen wird:

R2: [...] also fürs Waschen [der Haare, Anm. d. Verf.] brauch ich immer lange ((Mehrere Befragte zustimmend: Ja)) Wenn ich nicht wasche muss ich sie eigentlich nur kämmen und dann Zopf oder so keine Ahnung meistens offen eigentlich

[...]

R1: Ja ich brauch nicht so lang und dann fön ich sie vielleicht zehn Minuten und dann sind sie

R4: Bei mir, ich brauch richtig lange, muss die immer erst in n Handtuch so dingsen und dann muss ich noch kurz warten ja und dann fön ich sie aber das dauert Stunde, halbe Stunde

R2: Nee Shampoo und eine manchmal zwei Spülungen und dann mach ich so ne Kur noch und dann lass ich erstmal so n bisschen trocknen und dann fönen – und dann noch mal was in die Spitzen

R4: Aber ich mach das immer abends

((Mehrere R:)) Ja/Ich auch

R1: Aber wenn ich das abends mache dann geh ich immer noch mit so feuchten Haaren ins Bett und wenn ich dann aufwache dann – tschüss ((lacht))

R2: Ich wasch mir die immer morgens [...] Nee abends geht bei mir gar nicht, ich wasch sie IMMER morgens

R4: Ich wasch die abends weil ich morgens gar keine Zeit hab so wenn ich, dann müsst ich schon um – sechs oder um halb sechs ungefähr aufstehen dann muss ich zwei Stunden später los, wenn ich mich dann noch fertig mache das dauert alles viel zu lange

R2: Nee meine Haare liegen so scheiße wenn ich wenn ich die abends wasche

R4: Ja meine auch dann glätt ich sie

107 Im Vergleich mit der Ausführlichkeit sonstiger Aushandlungen zu Schönheitspraxen fällt deutlich ins Auge, dass die Körperrasur selten thematisiert wird. Vermutlich stellt dieser Bereich für die Mädchen eine Intimität dar, möglicherweise aufgrund der Körperteile, die enthaart werden und häufig auch den Schambereich implizieren. Eine andere/ergänzende Erklärung ist, dass Körperrasur ähnlich wie die Menstruation ein tabuisiertes Thema darstellt.

R1: Ich hab gar kein Glätteisen

R4: Ich hab zwei ((lacht))

(Zeile 615-650)

Die Eigenständigkeit und Ausführlichkeit, mit der die Befragten diese Fragen diskutieren, deutet darauf hin, dass hier ein für die Mädchen wichtiges Moment des Selbstverständnisses vorliegt, über das sie gewohnt sind, sich auszutauschen und Gemeinschaft und Werte zu konstruieren (auch wenn sie für diese Praxen Zwänge verbalisieren, s. u.). Die regelmäßig-routinisierten Praxen verorten die Jugendlichen in allen sozialen Kontexten außer der privaten, nicht-öffentlichen Lebenswelt sowie dem öffentlichen, nicht-privaten Raum im Kontext von Treffen mit Peers und Festivitäten. Durchgeführt werden diese Handlungen offensichtlich täglich vor der Schule, teilweise auch am Wochenende im Rahmen öffentlicher Alltagslebenswelten. In der Gruppe aus Gropiusstadt äußern die Mädchen dieses habituelle Moment explizit:

G3: Ich mach morgens eh immer dasselbe

G6: Ja, ist eh immer dasselbe

(Zeile 548-549)

Die Frequenz der Durchführung sowie die Bewertung stellen offenbar die zentralen Unterschiede zwischen den zwei Formen von Schönheitshandlungen dar: Wahrgenommen werden regelmäßig-routinisierte Praxen i. d. R. als langweilige, lästige, teilweise sogar anstrengende Routine. (Nichtsdestotrotz tauschen sich die Mädchen ausführlich über deren Durchführung aus, s. o.) Vor allem thematisiert wird in diesem Zusammenhang der Zeitdruck. Fast in jeder Gruppe sprechen die Jugendlichen für den Kontext Schule über den Zwang zum frühen Aufstehen, den das Sich-schön-machen am Morgen mit sich bringt. Die folgenden Aussagen sind dafür beispielhaft:

KB4: Ist schon manchmal anstrengend ((lacht))

KB5: Morgens ist ein bisschen anstrengend

[...]

KB2: Ja ich wünschte, ich könnte so schnipsen und es wär' so drauf

(Zeile 916-922)

Eine weitere Erklärung für die empfundene Langeweile ist, dass diese Form der Praxen für alltägliche, gewohnte und dadurch partiell eben langweilig gewordene Kontexte ausgeführt wird.

Am Gegenpol verorten die Mädchen die *unregelmäßig-episodischen* Handlungen. Diese werden meist nicht im Alltag ausgeführt, sondern sind eher im Kontext besonderer, spaßbesetzter Gelegenheiten situiert. Sie geschehen den Aushandlungen zufolge ausschließlich für den öffentlichen Raum im nicht-privaten und Nicht-Alltags-Kontext. Primär betrifft das das Zusammensein mit gleich- und gegengeschlechtlichen Peers in der Öffentlichkeit, i. d. R. verhandelt über das gemeinschaftliche Erleben von Festivitäten oder Treffen im öffentlichen Raum. Da solche Räume und Aktivitäten in den Lebenswelten der Jugendlichen seltener sind, werden die Schönheitshandlungen entsprechend unregelmäßiger vorgenommen. Beispielhaft treten die unregelmäßig-episodischen Praxen in den folgenden Aussagen hervor:

R2: [...] ich finde man sollte sich alltäglich oder auch zur Schule oder so nicht SO doll schminken und dann ist's halt BESONDERS [...] ich hab das voll gemocht wenn man dann am Wochenende ist und sich dann DOLL schminkt weil dann ist das irgendwie so was Besonderes
(Zeile 766-771)

Diese Formen von Praxen handeln die Mädchen im Radius von Außergewöhnlichkeit, Selbstverwirklichung, Gestaltungskraft, Kreativität und als spaßbesetzt und freudvoll aus. Nur für diese unregelmäßigen Praxen gilt, dass sie in Form von Gemeinschaftsaktivität ausgeführt werden¹⁰⁸ (vgl. Kapitel 5.2.1c). Beispielhaft für die unregelmäßig-episodischen Handlungen steht das Schminken vor dem »Ausgehen« oder der Einkauf von Kosmetika oder Kleidung. Bei den Aussagen zu den unregelmäßig-episodischen Praxen selbst zeigt sich, dass Überlappungen mit den regelmäßig-routinisierten vorliegen: Beide umfassen vestimentäre Handlungen oder Frisieren und Schminken. Allerdings ist den unregelmäßig-episodischen Praxen anscheinend die Intention inhärent, eine stärkere Sichtbarkeit der Verweise zu erzielen¹⁰⁹. Im Fall des öffentlichen Raums im nicht-privaten und Nicht-Alltags-Kontext wird das gruppenübergreifend als legitim vorausgesetzt, im Gegensatz zu den Negativ-Bildern starker Sichtbarkeit, die bspw. für den alltäglichen Kontext kritisch verhandelt werden. Am Beispiel der Schönheitshandlungen in Bezug auf die (Kopf-)Haare wird deutlich, wie sich teilweise Werte überschneiden und/oder an diesen Schnittstellen ein Hybrid bilden: Haare waschen ist offensichtlich ein relevanter Verweis auf Gepflegtheit. Darüber hinaus weist glänzendes, weiches Haar aber auch auf Weiblichkeit hin. Und die Handlung des Haarefrisierens kann je nach Kontext, für den die Mädchen die Praxis ausführen, abzielen auf Natürlichkeit, bspw. im schulischen Raum, oder auf Sexualität und Weiblichkeit, bspw. im Zusammensein mit weiblichen und männlichen Peers im öffentlichen Nicht-Alltags-Kontext.

Bemerkenswert werden die Unterschiede der zwei Formen von Schönheitspraxen im Hinblick auf die daraus resultierenden Potenziale zur *Denkbarkeit* von Kritik (vgl. Kapitel 5.2.2d). Die Befunde zeigen, dass die Befragten in den Fällen, in denen sie Abgrenzungen oder Problematisierungen in ihren Positionierungen zeigen, vor allem auf die

108 Hier scheint zuzutreffen, was Fritzsche (2007) für weibliche Fanpraktiken beschreibt: »Diesen Praktiken wird vorzugsweise im Rahmen der geschlechtshomogenen peer culture nachgegangen, wobei im Zuge intensiver gemeinsamer Erfahrungen eine habituelle Übereinstimmung und somit ein konjunktiver Erfahrungsraum erzeugt wird. Dieser wird von den Akteurinnen als mädchen-spezifischer Erfahrungsraum verstanden, wodurch in einem zirkulären Prozess gleichzeitig ihre weibliche Geschlechtsidentität konfirmiert wird.« (Ebd.: 181)

109 In seltenen Fällen geben Mädchen an, sich für das Ausgehen nicht gezielt zurecht zu machen. Mögliche Erklärungen dafür könnten sein, dass Distanzierungsstrategien oder Antworten sozialer Erwünschtheit zum Tragen kommen, oder aber dass die Durchführung von Schönheitspraktiken so stark normalisiert ist, dass sie für den öffentlichen, nicht-alltäglichen Bereich nicht reflektiert wird bzw. als nichts Besonderes wahrgenommen wird. Im Kontext der sonstigen Aushandlungen in den Gruppen bzw. der jeweiligen Befragten deuten die Befunde aber in eine andere Richtung: Nämlich, dass diese Nicht-Ausführung demonstrativ ist im Sinne eines sichtbaren Verweises auf Natürlichkeit und Individualität zur Inszenierung einer bestimmten Haltung, die auf die Nicht-Ausrichtung an Schönheitsidealen aus dem öffentlichen Diskurs abzielt (vgl. Kapitel 5.2.1b).

habituellen Schönheitspraxen Bezug nehmen. Die Mädchen kennzeichnen diese Praktiken relativ häufig als langweilig und verbalisieren teilweise Zwänge und Druck der damit im Zusammenhang stehenden antizipierten Erwartungshaltung. Allerdings sind diese Verbalisierungen i. d. R. relativ kurz gehalten und scheinen die Handlungen selbst und deren Vorhandensein in keinen Fällen generell infrage zu stellen (ausführlicher dazu vgl. Kapitel 5.2.2d). Beispielhaft dafür stehen die Aussagen der Friedenauer Gruppe:

F3: [...] vor der Schule, du hast Stress, du musst pünktlich kommen, es macht eigentlich keinen Spaß, dich irgendwie anzuzieh'n oder so

F4: Ja, ist nicht sehr wichtig

F1: Ist auch nicht cool, sich jeden Tag zu überlegen, oh, was zieh ich jetzt wieder in die Schule an?

F2: Ja, eigentlich wär ne Schuluniform schon praktisch, weil das würde echt viel Zeit sparen.

(Zeile 1109-1115)

b) Männliche Schönheitspraxen

Eine Frage des Interviewleitfadens – meist gestellt im letzten Drittel der Gruppendiskussionen – bezieht sich auf die Erwartungen der Befragten an das Schönheitshandeln von Jungen/Männern (»Findet Ihr, dass sich Frauen *und* Männer schön machen sollten?«). Diese Frage erwies sich insofern als aufschlussreich, als dass sich zeigte, wie irritiert viele Befragte reagierten (vgl. Kapitel 5.2.1a). Ansonsten wurde in den Gruppendiskussionen sichtbar, dass die Mädchen Praxen von Männern im Radius von Schönheit, Aussehen und Körper nicht bzw. kaum selbstreferenziell thematisieren. Die Interpretation liegt nahe, dass dieser Bereich vergeschlechtlicht hauptsächlich in Bezügen zu Modi und Rationalitäten von Mädchen/Frauen gedacht wird. Darauf deutet auch der bereits ausgeführte Befund hin, dass die Befragten in vielen Gruppen auf die Frage nach männlichem Schönheitshandeln irritiert reagieren (vgl. Kapitel 5.2.1a). Auch hier zeigt sich wieder die normalisierte Verknüpfung der Wahrnehmung von Schönheitspraxen als genuin Weibliches. Und zudem, dass (gutes) Aussehen deutlich relevanter für die Bewertung von Frauen/Mädchen ist als für die von Männern/Jungen und die Anforderungen an aussehensbezogene Selbsttechnologien in Bezug auf Erstere in Quantität und Qualität deutlich höher liegen.

In allen Gruppendiskussionen finden sich – analog zur normalisierten Vorstellung obligatorischer Verweise auf Weiblichkeit beim Aussehen – sehr rigide Positionierungen zu männlichen Schönheitshandlungen. Auch aussehensbezogene Praxen von Männern rahmen die Mädchen offensichtlich in einem engen Korsett. Zentral erweist sich hierbei, den Aushandlungen der Befragten zufolge, der Verweis auf Männlichkeit. Allerdings wird dieser weniger durch bestimmte Praxen hergestellt erwartet als vielmehr durch deren *Auslassung* oder zumindest Nicht-Sichtbarkeit. Überwiegend werden alle Praxen von Jungen und Männern abgelehnt, die über das hinausgehen, was als »normale Hygiene« verhandelt wird. Positiv bewerten die Mädchen dagegen Zeichen von Gesundheit und Gepflegtheit. Dies zeigt sich in den Aussagen zum (Aus-)Maß der Handlungen (auf keinen Fall zu viel) wie auch bezüglich deren Form (auf keinen Fall weiblich konnotierte). Auffällig ist dabei unter anderem das unterschiedliche Vokabular, das die

Mädchen für männliche Schönheitshandlungen verwenden. Dieses ist primär assoziiert mit Pflege, Hygiene, Auf-sich-achten. Exemplarisch zeigen sich diese Einschreibungen in den Aussagen der Moabiter Gruppe:

I: Findet Ihr dass Männer UND Frauen sich schön machen sollten?

Mehrere Befragte: Ja

M1: Was heißt schön machen, einfach gepflegt aussehen

M3: Also es schadet nicht wenn der Junge morgens bisschen Gel in seine Haare schmirt so so das halt oder vielleicht bisschen Creme

M2: Zähne putzen

M1: U N D (Parfum sprüht?)

I: Aber auf eine andere Art als Frauen jetzt sich zurecht machen sollten?

M3: Natürlich ((Mehrere Befragte lachen))

M?: Nicht schminken

M3: Aber ich finde ein Junge sollte es auch nicht so krass übertreiben dass es schon wieder eklig aussieht ja weil es gibt zum Beispiel es gibt – also ich geb jetzt mal nen Namen

M2: XY [Jungenname, Anm. d. Verf.]

M3: So oft ins Solarium geht dass irgendwie schon so ne Kackfarbe im Gesicht haben

M1: Oder halt Kontaktlinsen

M3: Oder so viel Gel drauf machen dass es schon glänzt ((Mehrere Befragte lachen)) oder Augenbrauen so zupfen dass es wie ein Mädchen aussieht – es soll schon gepflegt aussehen aber nicht übertreiben

(Zeile 447-464)

Auf latenter und manifester Ebene lässt sich in den Positionierungen der Mädchen zu Anforderungen und Erwartungen an männliches Aussehen der Wunsch nach Chiffren, die eindeutig auf Männlichkeit verweisen, lesen. Demnach dürfen Jungen/Männer nicht zu sichtbar ihr Aussehen modifizieren, um darüber erkennbar zu signalisieren, dass ihr Äußeres nur eine untergeordnete Rolle für sie spielt. Alles andere wird offenbar als unmännlich, feminin oder »schwul« stigmatisiert (vgl. Kapitel 5.2.1a). Konsens in den Aushandlungen in allen Gruppen ist, dass Männer gepflegt sein sollen, im Sinne der neoliberalen Leistungslogik, dass ein disziplinierter Körper immer auch auf die entsprechenden inneren Werte verweist, Mann also sichtbar für sich sorgt und auf sich achtet – quasi als prototypischer Gegenentwurf zu negativ assoziierten Werten des Sich-gehen-lassens. Im Rahmen des Gepflegtseins lassen die Befragten allenfalls die selbstdurchgeführte Modifikation von devianten Auffälligkeiten bei biologisch-anatomischen Körpermerkmalen (vgl. Kapitel 5.2.1b) als Wiederherstellung von Normalität gelten, bspw. Augenbrauenzupfen bei Vorhandensein einer »Monobraue« (Bezeichnung aus der Gropiusstadt- und Tempelhofer Gruppe). Keinesfalls aber dürfen diese Eingriffe zu erkennbar werden. Die Sichtbarkeit von Herstellungsleistung wird in den Bereich des Weiblichen verwiesen (vgl. Kapitel 5.2.1a)¹¹⁰. Dies wird so vehement von den Befragten vertreten als würde ein Tabu verhandelt. Für männliches Schönheitshandeln

110 Auffällig aufgrund der Nicht-Thematisierung stellt sich in diesem Zusammenhang dar, dass die Mädchen so gut wie nie die männliche Selbstbearbeitung des Körpers mittels Sport ansprechen.

werden darüber hinaus wenig Differenzierungen ausgehandelt, die auf das inhärente Vorhandensein *mehrerer unterschiedlicher* Werte verweisen würden (vgl. Kapitel 5.2.1b). Ebenso wenig scheinen die Mädchen für Jungen und Männer unterschiedliche Grade von Schönheitshandlungen zu aktualisieren oder deren Gebundenheit an verschiedene soziale Kontexte (vgl. Kapitel 5.2.1c). Dies mag der Kürze der Aussagen geschuldet sein, ist möglicherweise aber auch als Indiz dafür zu werten, dass Schönheitspraxen von Jungen/Männern wesentlich geringer ausdifferenziert und -nuanciert codiert und decodiert werden, weil an sie insgesamt weniger komplexe Anforderungen bestehen.

Auffällig sind partiell auftretende Aussagen zu männlichem Schönheitshandeln, die übertragen auf weibliche Praxen schlaglichtartig ergänzende Einsichten liefern können auf Einschreibungen, die ansonsten nicht zur Sprache kommen. Bspw. finden sich in zwei Gruppen auffallende Aussagen – insofern als sie vom sonst vorherrschenden Konsens abweichen –, in denen die Mädchen sich positiv äußern dazu, dass auch Jungen aussehensbezogenen Praxen anwenden:

K2: Aber eines muss ich sagen wenn Jungs Abdeckstift benutzen – das ist vielleicht komisch an sich die Vorstellung, n bisschen bizarr, aber sonst – ist an sich ja völlig legitim weil die haben vielleicht auch ihre Pickel, finden sie vielleicht auch nicht so cool dann wollen sie sie auch in dem Moment weg haben, also wenn man's nicht sieht dann finde ich es voll ok

(Zeile 657-660)

Thematisiert werden offensichtlich die Formen von Schönheitshandeln, die in dieser Arbeit bezeichnet werden als ritualisiert-habituelle Praxen im öffentlichen und alltäglichen Kontext (vgl. Kapitel 5.2.2a). Wie bereits ausgeführt verstehen die Mädchen diese Art offenbar als obligatorisches Minimalprogramm für ihr eigenes Schönheitshandeln, mit dem wahrgenommene Devianzen, in Form von Makeln und Defiziten, bearbeitet werden *müssen*. Auch hier zeigt sich vermutlich die Wirkmächtigkeit, die Verweise auf Selbstsorge oder gar Selbstoptimierung haben, in dem Sinne, dass Devianzen zunehmend unsichtbar gemacht werden und sich entsprechend auch die diesbezügliche Erwartungshaltung steigert. Die o. g. Aussage deutet darauf hin, dass diese Erwartungshaltung (teilweise) auch für Jungen und Männer gilt. In diesem Kontext lassen sich auch Aushandlungen in den Gruppen Prenzlauer Berg und Reinickendorf lesen. Diese besagen, dass Mädchen Vorteile hätten gegenüber Jungen, weil erstere ihr Aussehen modifizieren können (hier anscheinend verstanden im Sinne von dürfen), um Defizite zu überdecken, und das Äußere darüber zu optimieren.

Ähnlich der o. g. Position, allerdings noch weiterführend, stellen sich die Aussagen in der Kreuzberger Gruppe von 2017 dar. Gemeinsamer Nenner beider Positionierungen ist die Annahme der Legitimität männlicher Schönheitshandlungen, die über die bloße Hygiene hinausgehen. Sichtbarkeit ist laut diesen Mädchen erlaubt, wenn auch nur in Maßen; und auch die Variation des Aussehens wird als Kompetenz begriffen und positiv beurteilt:

Denn in diesem Bereich ist es der öffentlichen Meinung entsprechend durchaus gewünscht, dass Männer Sichtbarkeit der Praxen herstellen.

KB5: Ich finde auch voll gut wenn Jungs so dies normale, aber sich auch schick machen können

KB2: Ja, ja, das finde ich super wenn

KB5: Und nicht zu so 'ner Veranstaltung und dann so wie immer (?)

KB2: Ja. Oder auch wenn Jungs generell n guten Stil haben und dann denkt man sich so okay, der legt da n bisschen Wert drauf. So sein Äußerliches

(Zeile 939-945)

Bemerkenswert ist, dass die Befragten an dieser Stelle verbalisieren, was sonst in allen Gruppen zurückgewiesen wird: Dass sie die Sichtbarkeit der Herstellung aussehensbezogener Modifikationen positiv als Signal lesen und wertschätzen, dass der Junge für andere lesbar Mühe und Zeit in die Gestaltung seines Äußeren investiert. Damit einher geht für die Mädchen offensichtlich, dass durch die Praxen für sie erkennbar wird, dass dem Jungen die entsprechenden Kontexte sowie die antizipierten anderen wichtig sind. Spannungs- und aufschlussreich werden diese Zuschreibungen im Vergleich mit denen, die auf weibliches Schönheitshandeln und die Sichtbarkeit dessen bezogen sind: Für das Aussehen von Mädchen und Frauen gilt gruppenübergreifend der Konsens, dass die Herstellung »dahinter« nicht derart sichtbar werden darf, dass die Intention des Sich-schön-machens für den Blick anderer erkennbar wird. Das Aussehen muss vielmehr absichtslos-schön erscheinen. Allerdings wird dieser Aspekt des Schönheitshandelns i. d. R. kaum thematisiert. Positionen zur Herstellungsleistung treten nur in Erscheinung bei Aushandlungen zu Negativ-Bildern, die für die Jugendlichen auf Oberflächlichkeit, Trivialität, Vulgarität verweisen (vgl. Kapitel 5.2.1b). Vermutlich liegt die Erklärung für die vergeschlechtlichten Zuschreibungen darin, dass Sich-schön-machen gesellschaftlich essenzialisiert als weiblich begriffen wird. Dementsprechende Gestaltungen sind daher selbstverständlich-normativ und werden erwartet. In Bezug auf männliches Schönheitshandeln dagegen gilt, dass es eben nicht inhärent-internalisierter Teil des Habitus ist und daher als Besonderheit sichtbar wird und auffällt, in positivem oder negativem Sinne. Aufschlussreich ist wie gesagt, dass das Moment der Gerichtetheit der Herstellungspraxen *auf andere* wahrgenommen und artikuliert wird – und dies bei männlichen aussehensbezogenen Modifikationen im Gegensatz zu weiblichen offenbar nicht als oberflächlich, eitel, trivial gewertet wird ¹¹¹.

In diesem Kontext bemerkenswert sind auch die weiterführenden Aussagen der Mädchen der Kreuzberger Gruppe:

KB5: Es macht Eindruck. Ja, aber es ist ja auch ganz schön. Weil, die verstehen dann einen so auch so n bisschen so. Man legt halt auch Wert da drauf

KB2: Wie man nach außen rüberkommt. Und es sind dann halt meistens die Leute die keinen, sich nicht fertig machen die dann all, über einen sagen so das T-Shirt hast du gestern schon getragen so

(Zeile 945-959)

111 Ähnlich den »neuen aktiven Vätern«, die in ihrer Rolle gesellschaftliche Anerkennung erhalten – bspw. für Kindererziehung, Vätermomente, Kinderpflegetage –, die für Mütter dethematisiert wird, da diese Praxen über Anrufungen selbstverständlich-naturalisierter Teil des gesellschaftlichen Mutter-Bildes sind.

Verbalisiert werden hier die Wertungen und Beurteilungen, die den Blicken der anderen auf das Äußere inhärent sind, aber ansonsten i. d. R. nicht besprochen bzw. negiert werden. Auch sichtbar wird die Referenz auf Ungepflegtheit als Negativ-Wert, der eine Folge von negativen Urteilen die Persönlichkeit betreffend nach sich zieht. Ebenso zeigt sich, dass diese Wertungen und damit einhergehend Druck und Zwänge für die Mädchen als Normalität existieren und als selbstverständlich empfunden werden (vgl. Kapitel 5.2.2d). Die Befragte artikuliert das Bedürfnis nach Verständnis für den Aufwand und die Leistung, die dem Sich-schön-machen inhärent sind, aber nicht so sichtbar in Erscheinungen treten – bzw. treten dürfen! –, dass sie dezidiert wahrgenommen, angesprochen und gewertschätzt werden. Hier zeigt sich abermals der Befund, dass die Mühen und Anstrengungen der Herstellungsleistung in der Öffentlichkeit nicht sichtbar sein dürfen und auch nicht die Ausrichtung am antizipierten Blick relevanter anderer¹¹². Der beschriebene ausführliche Austausch der Jugendlichen zu Schönheitspraxen lässt sich daran anschließend deuten als exemplarisch für das Erleben der Mädchen in gleichgeschlechtlicher Gemeinschaft, die die Funktion eines konjunktiven, mädchen-spezifischen Erfahrungsraums (vgl. Fritzsche 2007) übernehmen kann und in dem es legitim ist, sich zu den Praxen des Sich-schön-machens auszutauschen.

c) Aussehensbezogene Inszenierungen in sozialen Netzwerken

Für die Gruppendiskussionen in 2017 wurde der Interviewleitfaden um einen Fragenblock zur Nutzung von sozialen Netzwerken ergänzt. Dessen Fokus sind die digitalen aussehensbezogenen Inszenierungen. Ziel der Fragen ist, mögliche Änderungen der Medienaneignung im Zuge der Transformationen durch Online-Medien zu erkennen und diese ggf. in Beziehung zu Veränderungen von Positionen der Befragten zum Schönheitshandeln setzen zu können. Ebenso sollen ggf. mögliche Besonderheiten des Schönheitshandelns bei digitalen Selbstdarstellungen identifiziert werden.

Wie bereits ausgeführt, zeigen die Befunde keine entscheidenden Unterschiede in den Diskursen der Mädchen im Vergleich mit der Erhebung in 2011. Über die Zeitspanne von ca. sieben Jahren gab es offensichtlich weder in der Medienaneignung noch in den Einstellungen zum Schönheitshandeln Entwicklungen, die so gravierend wären, dass sie sich in der Auswertung abbilden würden. *Germany's Next Topmodel* wird bis auf zwei Ausnahmen¹¹³ in keiner Gruppe im Kontext der Nutzung sozialer Medien thematisiert.

112 Möglicherweise spielt hier ein ideologisches, gesellschaftsabhängiges Moment eine Rolle derart, dass die konnotierte Oberflächlichkeit und Eitelkeit eine kulturspezifische ist, die dazu führt, dass das öffentliche »Demonstrieren« des Aufwands der Schönheitshandlungen nicht in Erscheinung treten und nicht thematisiert werden darf. Bspw. in Südkorea sind Schönheitspraxen im öffentlichen Raum alltäglich und in ihrer Sichtbarkeit selbstverständlich (vgl. Artikel in FAZ Online vom 5.12.2017: <https://www.faz.net/aktuell/stil/schoenheitsreise-nach-korea-15319295.html>, Stand 15.2.2019).

113 Eine Befragte der Friedenauer Gruppe berichtete, einer ehemaligen Kandidatin auf YouTube zu folgen. Weitergehende Ausführungen dazu fanden nicht statt. Eine andere Befragte derselben Gruppe bescheinigte Serienstreaming einen höheren »Coolness-Faktor« als *Germany's Next Topmodel*.

Insgesamt lassen die Befunde also keinen (starken) Zusammenhang zwischen Aneignung der Sendung und Nutzung von Online-Medien erkennen. Bezüglich körperbezogener Inszenierungen in den eigenen Lebenswelten bilden sich in der Auswertung zwar keine auffälligen Änderungen der Diskurse ab, aber durchaus einige ergänzende Erkenntnisse. Die Homogenität in den Aussagen der Befragten verweist darauf, dass hier relevante Einschreibungen sichtbar werden.

Insgesamt fällt auf, dass die Nutzung von Online-Medien für alle Befragten eine wichtige Bedeutung hat. Die Aushandlungen der Mädchen in Rahmen des ergänzten Fragenblocks sind gekennzeichnet durch sichtbares Interesse und Vergnügen am Thema. Die Jugendlichen berichten engagiert über ihr Nutzungsverhalten und die jeweiligen favorisierten Anwendungen. Einige Befragte, die sonst die eigene Meinung eher zurückhalten, berichten auf Fragen zur Nutzung von Online-Medien, insbesondere sozialen Netzwerken, meinungsstärker und ausführlicher. Möglicherweise weil die Jugendlichen sich in diesem Bereich »sicher«, im Sinne von kompetent, fühlen. Charakteristisch für die Nutzung sozialer Netzwerke stellen sich Spaß, Engagement und tendenziell gar Hingabe dar. Zudem zeigt sich deutlich, wie ernst die Mädchen die sozialen Netzwerke und ihre Darstellungen darin nehmen. Sie investieren augenscheinlich viel Mühe, Zeit und Reflexionen in die Gestaltung ihrer Profile und die damit zusammenhängende Kommunikation. Die Befunde legen nahe, dass die Nutzung der sozialen Netzwerke stark in den Alltag und die Lebenswelten integriert ist und eine wichtige Rolle im Aufwachen der Mädchen spielen.

In allen Gruppen geben die Mädchen an, viel Zeit mit Online-Medien zu verbringen, i. d. R. wird eine Dauer von mehreren Stunden täglich genannt¹¹⁴. Das korrespondiert mit aktuellen Forschungsergebnissen, die übereinstimmend die starke Integration der Online-Medien in den Alltag berichten, nicht zuletzt durch den Einsatz mobiler Geräte. Die Mädchen sagen bspw. aus, sich während des Unterrichts Fotos zu schicken oder während der Verwendung anderer Medien flankierend über soziale Netzwerke zu kommunizieren¹¹⁵:

KB1: So n Tablet da stehen und Handy in der Hand. ((lacht)) [...] Ich kann nicht einfach so sitzen und das gucken irgendwie. Dann

KB5: Außer es ist super spannend. Aber sonst ist es halt

KB1: Ja sonst langweile ich mir irgendwie

KB5: Ja

KB2: Ich meine, es ist ja auch klar. Es ist ja auch n bisschen dumm, man will sich ja hinsetzen um das zu gucken oder man will schreiben um sich aufs Schreiben zu konzentrieren. Aber es es überzeugt halt alles nichts so wirklich

(Zeile 1148-1167)

114 Auffällig aufgrund des gruppenübergreifenden Auftretens sind die Aussagen der Jugendlichen, dies sei »zu viel Zeit«. Hier scheinen sich öffentliche Diskurse widerzuspiegeln.

115 Hier scheint vermutlich die Notwendigkeit starker Stimuli auf, die in der kontemporären Gesellschaft erforderlich sind, um Aufmerksamkeit zu erzielen (vgl. Kapitel 5.2.1). Ob dieses Ergebnis nur für Jugendliche gilt, aber dafür generalisiert (d. h. sich nicht nur auf Medien bezieht, sondern bspw. auch auf den Unterricht, siehe Zitat), oder für jugendliche MediennutzerInnen oder für MediennutzerInnen generell, lässt sich aus diesen Befunden nicht ableiten.

Teilweise verweisen die Befragten außerdem auf habituell-routinehafte Nutzungsmotive, die geleitet sind durch den Druck, auf dem aktuellen Stand der Aktivitäten anderer in den sozialen Netzwerken zu bleiben:

F3: Es war aber auch immer so schlimm wenn man so diesen Druck hatte, so seinen ganzen Instagram-Feed durchzuscrollen weil man jedes Bild angucken wollte, da versuch ich voll wegzukommen weil es ist halt irgendwo so das erste wenn du dich halt entspannst nach der Schule, das irgendwie wegekriegt auf Instagram
(Zeile 1785-1788)

In einigen Aussagen zeigt sich, dass die sozialen Netzwerke eine höchst relevante Ergänzung für soziale Kontakte bzw. teilweise sogar ein Ersatz dafür sind. Teil sozialer Netzwerke zu sein, ist für die Mädchen offenbar so normal, dass die Absenz zu Isolationsgefühlen führen kann:

F1: Ja ich hab auch mein, also mein Handy wurde gestohlen, also ich wurde dazu gezwungen mein Handy, also mein Handy zu fasten aber das war auch echt, also ich hatte so, weiß nicht, so fünf Tage, sechs Tage gar kein [...] so gar keinen Zugang zu irgendwelchen Leuten so, weil das war auch [...] Projektwoche, genau, also ich musste nicht zur Schule, sondern ich hatte zu Hause ein Projekt was ich machen musste. Ähm und dadurch hatte ich einfach so wenig Kontakt zu anderen Menschen, ich hab mich echt so in den ersten zwei Tagen so einsam gefühlt. Das war echt schrecklich ((lacht))
(Zeile 1802-1812)

Bei beiden Aussagen aus der Friedenauer Gruppe fällt auf, dass sie stattfinden im Rahmen retrospektiver Betrachtungen. Dabei grenzen die Jugendlichen sich ab von ihrem früheren Verhalten und vermitteln (möglicherweise ostentativ), dass sie dieses als falsch ansehen und daher modifiziert haben. Distanzierungen in Retrospektiven als Abgrenzung vom eigenen, i. d. R. als unreif empfundenen Verhalten, erweisen sich in den Befunden als gängig (vgl. Distanzierung von der Rezeption von *Germany's Next Topmodel* in Kapitel 5.1.1 und Distanzierung von eigenem Schönheitshandeln in jüngerem Alter in Kapitel 5.2.1)¹¹⁶.

Die Mädchen nennen als Anwendungen, die sie benutzen: Pinterest, Instagram, Snapchat, YouTube. Diese sozialen Mediendienste sind gruppenübergreifend positiv konnotiert. WhatsApp und Facebook werden ebenfalls genannt, aber in einem Teil der Gruppen abwertend und negativ konnotiert. Möglicherweise spiegeln sich hier ebenfalls öffentliche Meinungen wider, nach denen die beiden zum Facebook-Unternehmen gehörenden Dienste aus Datenschutzgründen u. ä. in der Kritik stehen. Eine andere Erklärung ist, dass die Anwendungen unter einigen Jugendlichen ein schlechtes Image haben, da sie als relativ etablierte Netzwerke ihren Zenit überschritten haben und für

116 Wie auch bei den Angaben der Mädchen, ein zu hohes Maß an Zeit mit sozialen Medien zu verbringen, bilden sich hier vermutlich Reproduktionen aus dem öffentlichen Diskurs ab. In der öffentlichen Meinung und Berichterstattung gilt es als allgemein aner- und bekannte Tatsache, dass die Nutzung von Social Media unter Jugendlichen zu stark ausgeprägt sei inklusive der impliziten Unterstellung negativer Auswirkungen.

die betreffenden Befragten dadurch als veraltet und »uncool« gelten¹¹⁷. Für alle Anwendungen gilt die zentrale Stellung, die Bilder sowie die Kommunikation, die vermittelt dieser und/oder darüber stattfindet, haben. Die Bilder und Fotos werden geteilt, kommentiert, gemeinsam rezipiert und dienen offensichtlich der Anschlusskommunikation und Vergemeinschaftung durch den Austausch darüber. Diese Wahrnehmung gilt sowohl für die Rezeption der Darstellungen anderer als auch für den antizipierten Blick anderer auf die eigenen Inszenierungen:

F3: Nee also ich guck, ich hab Pinterest und Instagram vor allem so um andere anzugucken

F1: Na ja, ja, Bilder teilen oder Bilder anschauen

(Zeile 1687-1689)

In Bezug auf die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken verweisen die Mädchen in ihren Aussagen darauf, dass die Inzenierung des eigenen Profils lust-/freudvoll geschieht und mit Kreativität verbunden ist. Größtenteils geben die Befragten an, in ihre Instagram-Stories oder Pinterest-Pinnwände Zeit, Mühe und Reflexionen zu investieren, um diese sichtbar kompetent in Bezug auf Themen, Bildsprache und -gestaltung zu erstellen. Die eigenen Profile scheinen für die Mädchen den Stellenwert einer Art (Gesamt-)Kunstwerk zu haben, mit deren Gestaltung sie sich anderen präsentieren. Sie begreifen diese Darstellung offenbar als wirkmächtige Instanz, um sichtbar zu werden und die eigene Persönlichkeit darzustellen – sozusagen eine erweiterte Verkörperung des eigenen Selbst über den direkten Kontakt hinaus in die digitale Welt:

KB3: Na ich habe noch so n zweiten Instagram Account. Also jetzt nicht den ich jetzt hab<, sondern noch so n alten. Da sind ü, über 200 Fotos. Die sind teilweise echt hässlich. Aber ich bin halt viel zu faul hier um die alle zu löschen. ((lacht)) Keine Ahnung.

[...]

KB2: Ich überleg< halt auch schon. Wie bei XY. Ich hab glaub glaube ich vier Mal mein Instagram gelöscht weil ich immer nicht zufrieden bin. Und ich glaube ich mach das jetzt noch mal

[...]

KB1: Ja wieso löschst du denn ganz Instagram und nicht nur einfach die einzelnen Fotos?

KB5: Weil ich so n Thema habe, dass ich immer zwei bunte habe und ein schwarz-weißes. Und das geht ja nicht anders

(Zeile 1222-1246)

Die Mädchen der Friedenauer Gruppe stechen insofern heraus, als sie angeben, bei Pinterest und Instagram weniger sich selbst und befreundete Peers als vielmehr Zitate, Landschaften, Kunstbilder, Menschen, Filme und Pferde einzustellen. Wenn diese Aussagen zutreffen, sind die Mädchen ein Ausnahmefall. Möglicherweise bilden sich aber auch selbstwertdienliche und/oder sozial erwünschte Antworten ab, mit denen

117 Ähnliche Aussagen treffen die Mädchen aus der Friedenauer Gruppe in Bezug auf *Germany's Next Topmodel*.

die Mädchen ihre Accounts quasi demonstrativ legitimieren, indem sie sie als »Hochkultur« inszenieren. Dazu passt, dass die Mädchen die vorwiegend kulturellen Bezüge ihrer Profile positiv im Radius von Phantasie, Kreativität, Kunst, Stil, Intellekt verorten. Dies stellt sich auch dar in ihren Abgrenzungen:

F2: Nee bei mir ist es eher so dass ich nichts raufstellen möchte weil ich diese Selbstinszenierung nicht mag, also, keine Ahnung, wie ich das bei manchen Leuten seh die wirklich nur Selfies posten und so, das find ich total unangenehm
(Zeile 1745-1747)

Als Äquivalent zur negativen Bewertung des Äußeren, wenn es als künstlich oder nicht authentisch wahrgenommen wird – und damit wie bereits ausgeführt mit Assoziationen von Eitelkeit, Oberflächlichkeit und Orientierung am Außenblick verknüpft ist (vgl. Kapitel 5.2.1b) –, erscheint in dieser Gruppe die negative Konnotation des Postens von Selfies. Das wird offenbar in Abgrenzung zu den eigenen Darstellungen als inkompetent wahrgenommen, als trivial und sichtbargewordene Eitelkeit der Inszenierenden. Eine ähnliche Meinung scheint auch in der Kreuzberger Gruppe durch. Dagegen wird hier aber als angemessen und akzeptiert ausgehandelt, sich selbst auf den Selfies *von anderen* zu betrachten:

I: Und guckt ihr euch dann auch gerne Sachen von andern an?
Mehrere Befragte: Ja
[...]
KB1: Vor allem wenn man selber irgendwo da mit drauf ist
(Zeile 1252-1255)

Möglicherweise stellt diese Form für die Mädchen, die keine Selfies posten möchten, eine Alternative dar, sich selbst auf Fotos – aber eben auf denen anderer – in den sozialen Netzwerken zu inszenieren. Wenn auf den Fotos sichtbare Personen verlinkt oder als Bildunterschrift/Kommentar angegeben sind, kann das möglicherweise eine als adäquat wahrgenommene Form der Selbstdarstellung bieten, mit der sich der Eindruck der Eitelkeit in Form von Selfies vermeiden lässt.

In der Lichterfelder Gruppe und der aus Neukölln dagegen sind Selfies offenbar durchaus normal. Dass diese zudem nicht spontan entstehen, sondern gestellt sind und bearbeitet werden, ist Konsens, die Mädchen reden offen darüber. In der Karlshorster Gruppe zeigt sich ebenfalls eine Abgrenzung vom »Standard-Selfie« sowie eine Distinktion von Personen, die diese für ihre Selbstdarstellung nutzen. Auch hier verweisen die Befunde darauf, dass die Mädchen eine Alternativ-Strategie entwickeln, um sich selbst dennoch in den sozialen Netzwerken sichtbar zu machen, ohne dafür auf Selfies zurückgreifen zu müssen: Die Mädchen weisen dezidiert darauf hin, keine Fotos von sich alleine, sondern vor allem von sich selbst mit anderen zu teilen.

KH4: Vor allen Dingen, mit Freunden ist doch viel schöner wenn man zum Beispiel das Handy irgendwo hinstellt und dann sich einfach umarmt oder lacht oder so und das dann von alleine ein Foto macht, als wenn man sich so hinstellt und (?) echt dann Kameralächeln oder so
(Zeile 1541-1543)

Bei den Aussagen der Karlshorster und Kreuzberger Gruppe wird zudem ein weiterer Befund sichtbar: So sollen die Fotos von sich selbst mit/von Freunden offensichtlich auch die eigene Beliebtheit im Freundeskreis für andere erkennbar machen. Ein ähnlicher Tenor scheint auch bei einer anderen Aussage der Kreuzberger Gruppe durch:

KB2: Oder wenn Leute von einem Bilder machen und du bist so – upps. Wie meine beste Freundin. Die mir gegenüber sitzt und Bilder macht, von mir macht während ich in der U-Bahn schlafe. Das ist dann auch so zum Beispiel, das hätte ich selber nicht gepostet aber es ist schon lustig. Und ich freu mich dann auch irgendwie dass sie's gepostet hat

(Zeile 1377-1383)

Auch die Relevanz der Verweise auf Nicht-Gestelltheit, Nicht-Inszeniertheit, Authentizität, Natürlichkeit, die sich beim Aushandeln von Schönheitshandlungen als zentral zeigen (vgl. Kapitel 5.2.1b), wird hier sichtbar.

Im Austausch zur Rezeption der Profile anderer in den sozialen Netzwerken wird zudem die Wichtigkeit der Frage nach Fiktionalität-Inszeniertheit versus Authentizität-Glaubwürdigkeit der Medienpersonen evident – ähnlich wie bei der Aneignung von *Germany's Next Topmodel* (vgl. Kapitel 5.1.3a): Die Jugendlichen diskutieren die Selbstdarstellungen anderer in sozialen Netzwerken anhand des Kriteriums der Authentizität (in Abgrenzung von Inszeniertheit). Dies deckt sich mit den Aussagen eines Mädchens in der Lichterfelder Gruppe, dass Imitation bei der Darstellung in sozialen Netzwerken negativ behaftet ist:

I: Und was besprecht ihr dann wenn ihr darüber [die Profile anderer in sozialen Netzwerken, Anm. d. Verf.] sprecht?

LS2: Ob's schön ist oder nicht

LS1: Ob's gut aussieht

[...]

LS2: Na vielleicht ob's so 'ne, ob's 'ne Nachmade ist von je, jemand anderem

(Zeile 291-297)

Relevante Codes sind vor allem solche, die persönliche affektiv-aufgeladene und authentische Informationen vermitteln. Damit deuten die Befunde darauf hin, dass das Optische bei den Bildern nur scheinbar im Mittelpunkt steht. Denn tatsächlich geht es auch hier um die Narrative und/oder verknüpften Werte, die das Visuelle vermittelt. Dieser Befund fügt sich stimmig ein in die Ergebnisse zur Aneignung der Kandidatinnen von *Germany's Next Topmodel* über deren Eigenschaften bzw. die damit konnotierten Werte (vgl. Kapitel 5.1.3a) sowie zur Lesart des Schönheitshandelns (vgl. Kapitel 5.2.1b). Insbesondere Persönliches, Emotionales, Themen des Human Interest in der Selbstdarstellung bieten in den sozialen Netzwerken offensichtlich Potenzial, um aufzufallen und Auseinandersetzungen hervorzurufen. Spannung provozieren dabei nicht (nur) die rein visuellen Darstellungen, sondern die Narrationen rund um die persönlichen Informationen der (Medien-)Personen. Dies wird deutlich in den Positionierungen der Mädchen zur Wertung der Profile und Stories anderer. Beispielfhaft dafür stehen die ungestützten, selbstreferenziellen Aushandlungen der Kreuzberger Gruppe zur Snapchat-Nutzung einer Klassenkameradin. Lustvoll tauschen sich die Mädchen über ihre Stories

sowie die Quantität und Qualität dieser aus. Über die Profile, Stories, Nutzung von Anwendungen, die geteilten Bilder o. ä. werden den Aussagen zufolge viele Rückschlüsse auf den/die AnwenderIn gezogen. Profile, Anwendungen, Stories werden in dem Sinne als Substitut digitaler Identität und damit als »verlängerter Arm« der Subjektivierung gelesen.

Daneben gibt es den Befunden zufolge auch UserInnen, die soziale Netzwerke als Richtschnur nutzen, um das eigene Aussehen an positiv wahrgenommenen Bildern zu orientieren; oder um von Personen, die als kompetent in Schönheitshandlungen wahrgenommen werden, Anleitungen für eigene Praxen bzw. deren Optimierung zu nutzen. Befragte der Gruppe aus Neukölln, die auch Selfies als angemessen aushandeln, sprechen offen an, das Aussehen von anderen auf Instagram oder YouTube als Vorbild zu verwenden, an dem sie eigene Praktiken orientieren, oder sich Tipps aus Tutorials zu holen¹¹⁸. Der Erfolg der InfluencerInnen, den die Jugendlichen an der Zahl deren FollowerInnen messen, gilt offenbar als Kriterium für Orientierung.

I: Und wenn ihr euch dann darüber unterhaltet, über was unterhaltet ihr euch [...]?

N1: Es geht ja eigentlich um, grundsätzlich auch um Schönheit. [...] Manchmal kopiert man sich, also man kopiert das einfach und äh also, bei Style zum Beispiel guckt sich das ab und äh macht es dann nach [...] Oder Schminke ist auch auf Facebook, äh Instagram sehr [...] populär. So

I: Und sind das dann ähm wenn du jetzt sagst, man guckt sich was ab sind das dann Bilder von, von Freunden oder von Stars oder sowas?

N3: Stars

N1: Stars eigentlich eher. Aber auch andere Leute die

N2: Du siehst keine Stars manchmal

[...]

N1: Die sind aber auch voll berühmt

N3: Sie haben eine große Reichweite

(Zeile 429-452)

In der Kreuzberger Gruppe gibt ein Mädchen an, bei der Rezeption von Profilen anderer über die Fotos Vergleiche mit sich selbst vorzunehmen. Diese Vergleiche nimmt sie allerdings nach eigener Aussage primär negativ wahr:

I: Und guckt ihr euch dann auch gerne Sachen von anderen an?

[...]

KB4: Man vergleicht halt so was aber eigentlich auch nicht so Gutes

(Zeile 1252-1257)

Hier deuten sich die Kehrseiten an, die die Darstellungen in sozialen Netzwerken offensichtlich neben der ausgehandelten freudvoll-positiven Nutzung beinhalten können – ähnlich wie bei Schönheitshandlungen, die die Mädchen meist als freudvoll und kreativ beschreiben, denen aber ein hohes Maß an Druck und Zwängen inhärent ist. Die

118 Dies ist vermutlich nicht im Widerspruch zu den o.g. Aussagen aus der Lichterfelder Gruppe zu sehen, dass Imitation negativ behaftet ist: Imitation scheint vor allem dann negativ gewertet zu werden, wenn sie sich nicht als Imitation zu erkennen gibt.

Positionierungen der Mädchen zur Nutzung der sozialen Netzwerke verweisen darauf, dass auch bei den eigenen Bildern und der damit einhergehenden Selbstinszenierung der kritische Blick relevanter anderer mitgedacht wird (vgl. Kapitel 5.2.1c), es also tatsächlich nicht (nur) darum geht, sich selbst authentisch sichtbar zu machen und ausschließlich nach eigenen Vorstellungen zu präsentieren. Ähnlich wie bei »analogen« Schönheitshandlungen wird auch bei Social Media-Profilen offenbar der Druck des normativen Außenblicks empfunden. Die Aushandlungen der Mädchen verweisen darauf, dass in der digitalen Welt bei sich und anderen sehr genau wahrgenommen wird, welche Reaktionen das Umfeld auf die Inszenierungen zeigt, bspw. in Form von Likes, Kommentaren u. ä. Sehr deutlich verbalisiert das eine Jugendliche aus der Friedenauer Gruppe:

F1: Ich teile halt nichts weil irgendwie mich hat was am Anfang was ich bei Instagram halt extrem gefühlt hab, das was mich halt immer noch ein bisschen verschreckt, verschrecken, worüber ich immer noch nicht drüber weg bin so, ist halt dieser krasse Druck dass andere drauf gucken wie viel Likes hast du wie viel Kommentare, ist das Bild schön, siehst du da vorteilhaft aus oder ist es ein langweiliges Bild und so. Das war halt irgendwie am Anfang noch extremer als man jetzt drüber denkt also ich denke drüber jetzt nicht mehr. Aber das war halt so warum ich halt nichts geteilt hab weil irgendwie, keine Ahnung, das hat mich halt einfach zu sehr verschreckt

(Zeile 1738-1744)

Die Interaktionen mit anderen werden als Anzeichen für die eigene Beliebtheit und damit den eigenen Status gelesen. Ob die Selbstdarstellung gelungen ist oder nicht, machen die Mädchen offensichtlich stark an den Wertungen der anderen fest. Die Deutungen der Reaktionen anderer NutzerInnen auf die eigenen Profile, Pinnwände, Accounts haben daher die Macht, starke Emotionen auszulösen, etwa in Zusammenhang mit Inferioritätsempfindungen und sozialer Scham:

F4: Aber was ich halt noch weniger mag ist es wenn an, also wenn ich mir vorstelle dass andere darüber urteilen. [...] Also noch nicht mal du selbst so dass du dir denkst boah, das hat noch 15 Likes oder so, voll schlecht

[...]

F1: Ich kenn Leute die auch andere Leute total darauf reduzieren

(Zeile 1758-1765)

Viele der Mädchen geben an, ihre Profile in den sozialen Netzwerken so einzustellen, dass nur bestimmte Personen – Freunde oder Bekannte – die eigenen Fotos sehen können. Als Begründung werden dafür einerseits Bedenken um Datenschutz, Privatsphäre o. ä. genannt, aber vor allem Sorgen im Kontext von Scham, Ausgrenzung, Stigmatisierung in Folge der eigenen Sichtbarkeit im Internet, um deren Kontrollverlust die Mädchen fürchten:

KB5: Also früher wollte ich auch so wirklich, dass dass das so kein Foto von mir gibt. Immer nur so von hinten oder so. Und weil meine Eltern also weil, ich fand so meine Eltern hatten Recht mit ja das Internet vergisst nie und so. Und dann hatte ich aber irgendwie ein Bild was ich so die ganze Zeit posten wollte. Aber's war halt so ein Bild von

mir wo man mich halt so richtig sieht. Und ich hab wirklich zwei Jahre lang überlegt. Da hab ich's dann nach zwei Jahren gepostet, so so mein erstes Bild und seitdem. [...] Ja aber ich will nicht irgendwas posten was dann was mir dann nach nem Jahr peinlich ist. Weil es ist dann richtig blöd. Klar man kann man's löschen aber wenn man den Namen irgendwie auch bei Google eingibt dann kommen die Bilder immer noch [...] Und ich find's einfach richtig gruselig deswegen will ich einfach nur was posten was mir auch gefällt

KB2: Ja das mit den, ja da draus hab ich auch gelernt. Ich hab vorher auch so Sachen gepostet wo ich mir so denke wow ähm, sehr peinlich. [...] Es sind echt teilweise Bilder also die, da frage ich mich warum habe ich die überhaupt gemacht? Aber

KB4: Und bei mir sind's meistens nicht mal die Bilder, sondern die Sachen die ich drunter geschrieben habe. ((lacht))

(Zeile 1183-1212)

d) Kritische Perspektiven und Infragestellungen

Wie bereits in den vorangegangenen Befunden sichtbar wurde, zeigen sich in den Aushandlungen der Mädchen nur gelegentlich Infragestellungen und/oder kritische Sichtweisen auf Schönheitshandlungen in Form expliziter Thematisierungen und/oder Positionierungen. Evident werden der Druck und die Zwänge, denen sich die Mädchen offensichtlich (partiell) ausgesetzt fühlen, eher in beiläufigen Bemerkungen, Scherzen und im Kontext von Positionierungen zu anderen Themen. Bspw. in der Aussage eines Mädchens der Prenzlauer Berg Gruppe, die zeigt, wie sehr das eigene Aussehen permanent bedacht, diszipliniert und kontrolliert werden muss, noch über die Anstrengungen der eigentlichen Herstellungspraxen hinaus:

PB3: Ja, da muss man dann auch die ganze Zeit überlegen ob was verschmiert, dann kannst du nichts anfassen nichts – manchmal vergess ich das dass ich Make-up drauf hab und dann – fass ich einfach über meine Augen und dann, oh ((lacht)) Mist ((lacht))

(Zeile 484-486)

Eine ähnliche Aussage findet sich auch in der Kreuzberger Gruppe 2017:

KB4: Also nachdenken ist bei mir richtig krass, wenn ich so denke oh Gott sitzt es jetzt? Oh Gott. [...] Oder mit Lippenstift, so ist der jetzt verschmiert?

(Zeile 832-837)

Darüber hinaus bleibt dieser Aspekt allerdings unterbelichtet in den Aushandlungen. Dieses permanente »Selbst-Monitoring«, mittels dem ununterbrochen sichergestellt werden muss, dass vorgenommene Schönheitshandlungen im Ausgangszustand konserviert werden, ist vermutlich stark internalisiert und daher kaum der Reflexion zugänglich. In eine ähnliche Richtung weist auch die Aussage einer anderen Jugendlichen aus der Kreuzberger Gruppe: Der Faktor, wie bequem, unkompliziert oder angenehm die Schönheitspraxen sind und/oder sich das Erleben infolge der Gestaltung des eigenen Äußeren anfühlt, steht für die Mädchen im Hintergrund. Aber auch dies gilt als selbstverständlich und wird kaum reflektiert oder hinterfragt:

KB2: Ich hab zum Beispiel auch zum Beispiel auch so ne, so ne zerrissene Hose die ich so richtig richtig richtig geil finde. Aber es ist so unangenehm in der zu sitzen. Deswegen trage ich die [...] halt auch nur zu Konzerten und so und nicht in der Schule. Weil ich hatte die letztens an und das war, ich konnte mich nicht konzentrieren weil die so ungemütlich war

(Zeile 977-983)

Der Faktor, wie bequem, unkompliziert oder angenehm die Schönheitspraxen sind und/oder sich das Erleben infolge der Gestaltung des eigenen Äußeren anfühlt, steht für die Mädchen im Hintergrund. Aber auch dies gilt als selbstverständlich und wird kaum reflektiert oder hinterfragt.

Wie in den vorangegangenen Kapiteln ausgeführt, benennen die Mädchen in allen Gruppen – teilweise ungestützt im Kontext von Aussagen zu spezifischen Herstellungspraxen, teilweise auf Nachfrage (»Macht es euch Spaß, euch schön zu machen?«) – Situationen und Praxen, die sie als unangenehm, lästig, hinderlich empfinden: Bspw. finden sich in fast allen Gruppen Aussagen dazu, dass die Jugendlichen durch die morgendlichen Schönheitshandlungen vor der Schule Stress und Zeitdruck erleben (vgl. Kapitel 5.2.2a). Häufig nennen sie auch das Färben von nachwachsenden Ansätzen der (Kopf-)Haare und die Rasur von Körperhaaren. In vielen Fällen positionieren sich die Mädchen dabei ironisiert-selbstbewusst; möglicherweise, um dadurch der Kritik die Schärfe zu nehmen, da kritische Positionierungen eigentlich nicht kohärent mit ihren sonstigen Konzepten sind. Auffällig ist, dass die benannten Bereiche i. d. R. habituell-routineartige Praxen betreffen (vgl. Kapitel 5.2.2a). Eine mögliche Erklärung ist, dass diese Praxen rein quantitativ die sporadisch-besonderen Praxen übersteigen und daher präsenter sind in den Reflexionen der Mädchen. Auch ist das Routinehafte sicherlich etwas, das eher als lästig und langweilig empfunden und bewusst wahrgenommen wird, als das selten Durchgeführte.

Darüber hinaus bildet sich hier vermutlich ab, dass das Ideologische der Schönheitspraxen es den Mädchen schwer macht, überhaupt negative Gefühle zu aktualisieren und zu verbalisieren. Bei den habituell-routineartigen Praxen scheinen sich die Mädchen auf einen Common Sense zu beziehen, der es *erlaubt*, Kritik zu äußern. Allerdings zeigt sich bei fast allen kritischen Perspektiven der Befragten, dass die Aussagen auf der Ebene von *Kritik an Einzelphänomenen* stagnieren. Die Mädchen bleiben trotz dieser Negativ-Urteile i. d. R. dabei, die Praxen als freiwillig-normalisiert, Teil der selbstverständlichen Sorge für sich selbst anzunehmen und keine systematischen Zusammenhänge zu gesellschaftlichen Strukturen o. ä. herzustellen. Somit verbleiben die Normierungen und Normalisierungen, die Schönheitshandeln und dessen Idealbildern inhärent sind, i. d. R. im Status quo des fraglos Gegebenen.

Gelegentlich zeigen sich kritische Positionierungen, die von Einzelphänomenen, Individualisierungen oder Rationalisierungen abweichen, und auf system(at)ische Infragestellungen hinweisen: In einigen Fällen sprechen die Mädchen explizit Normierungen und Zwänge an, die das Aussehen und Sich-schön-machen mit sich bringen, und heben ihre Wahrnehmungen auf eine Metaebene in dem Sinne, dass sie von Einzelphänomenen auf strukturelle Kritik schließen. Laut den Befunden ist das vor allem dann der Fall, wenn die Jugendlichen eigene sehr negative Erfahrungen gemacht ha-

ben. Bspw. besprechen die Jugendlichen aus der Zehlendorfer Gruppe sehr ausführlich schulische Mobbing-Erlebnisse (vgl. auch Kapitel 5.2.1c). Auffällig ist dabei, dass diese Auseinandersetzungen, wie auch andere kritische Sichtweisen, sich primär auf länger zurückliegende Ereignisse beziehen:

Z1: [...] in der Siebten und Achten gab's wirklich viel Mobbing also jetzt – nicht – nicht extrem dass jemand nicht mehr zur Schule kam aber einfach kleine Kommentare und so und dis ist einfach wenn du – ob's jetzt klamottenbezogen ist oder ob's aufs Aussehen bezogen ist

Z3: Zahnsperre ((lacht))

Z1: Zahnsperre oder Haare oder – irgendwas da kann man sich über das kleinste Bisschen aufregen und über die Person lustig machen – hinterm Rücken oder öffentlich

Z2: Es war auch erst recht viele Jungs bei uns die dann auch in der Klasse einfach so – so Sachen rausgerufen haben es war schrecklich

Z1: Schrecklich! Einfach weil sie lustig sein wollten

Z2: Und dann haben sie in der Klasse ständig einfach wenn jemand vorne stand irgendwelche dummen Kommentare ausgerufen, weißt du und dann fühlt man sich natürlich selber total schlecht – weil man dann denkt ja ok und das denken die jetzt alle von mir und

Z3: Oder wenn die das über die denken was denken die dann über mich oder so?

Z2: Ja genau – und so wie viel reden die Leute jetzt eigentlich hinter meinem Rücken über mich und so – und ich weiß nicht

Z3: Ja ich find das wird immer schlimmer, bei uns war's auch so, XY sie hat so, sie kann den Mund nicht zu machen [...] sie kann den einfach nicht zu behalten, gibt's doch einfach manchmal so – und – sie hat, dann sabbert sich einfach manchmal so [...] und dann haben die Jungs auch immer sich über sie lustig gemacht auch so dass sie's gehört hat aber sie kann ja nichts dafür wenn sie wenn es vererbt ist und so, wenn's – so IST sie einfach mal und vor allem ich find's auch gemein wenn die Leute über eine Person die sie gar nicht kennen – ÜBERHAUPT nicht kennen

Z4: Urteilen

Z1: Vorurteile sind schlimm

Z3: Genau übers Aussehen, die sehen n Foto, hahaha, boah ist der hässlich und dann – zum Beispiel mein Freund der wurde am Anfang richtig beleidigt von – meinen

Z1: Von den Mitschülern weil sie ihn nicht kannten

Z3: Die kannten ihn nicht, haben nur Fotos gesehen, haben IHN angeschrieben, meinten so, ja was hast du n für ne – äh äh – ja dir ist wohl ne Walze übers Gesicht gefahren [...]

Z2: Ich find was bei uns ganz viel war also erst recht jetzt Siebte, Achte, Neunte wenn dann neue Leute dazu kamen und die waren schön angezogen sind die dann so zu der einen Gruppe, kamen sie die einen, die einen Leute oh ja die sieht schön aus, die holen wir uns jetzt als neue Freundin dazu, wenn die nicht so schön aussah dann sind die gar nicht erst auf sie zugegangen

(Zeile 1155-1217)

In einigen Aussagen werden neben der Verhandlung von Kritik anhand konkreter, eigener Erfahrungen grundsätzliche Infragestellungen der spannungsreichen Normierung

gen und Idealbilder des Äußeren sichtbar. Exemplarisch dafür stehen die Reflexionen einer Befragten aus der Reinickendorfer Gruppe:

R2: [...] ich find ich find ich glaub bei Mädchen achtet man auch eher drauf wie sehen die aus, sind die blass sind die – wie sehen die Augen aus und bei Jungs ist das zwar – dann wird das einfach so hingenommen auch wenn sie blass sind dann können sie trotzdem gut aussehen und ich find bei uns ist man das gleich, oah warum bist du denn so blass und, das ist voll anstrengend

(Zeile 1078-1082)

Noch ausführlichere und dezidierte Aushandlungen finden sich in der Kreuzberger und Friedenauer Gruppe aus den Befragungen von 2017. Hier scheinen Erkenntnisse zur Defizitorientierung und Unerreichbarkeit der Anforderungen des weiblichen Schönheitsideals auf:

I: Und was glaubt ihr was in unserer Gesellschaft für Schönheitsideale vorherrschen?
[...]

KB2: Ich glaube es ist auch so, dass man eben nicht zu viel, ja also früher wars ja irgendwie anders. Da war ja das, jetzt so ist wirklich so auf keinen Fall zu viel. [...] Also nicht zu aufgestylt

KB4: Ja, aber ich finde auch so ((lacht)) dass so richtig viel erwartet wird dass man natürlich schön ist. Also ich meine es wird jetzt nicht mehr erwartet dass mal so hübsch ist und sich hübsch macht. Sondern dass jeder natürlich hübsch ist. Wo ich mir ja dann auch so denke wenn die Person sich nicht so hübsch fühlt dann kann sie doch auch n paar Mittel nehmen sozusagen. Also zum Beispiel schminken oder ich weiß nicht, die richtigen Kleidung, die richtigen Klamotten tragen so. Und dann ist wieder so, ja, weißt du wenn's nicht natürlich ist oder ach so, die ist Push Up so. Ist immer so eh ist ja Push

KB1: Aber die sieht doch dann geil aus. Und so. Ne? Denke ich mir, entscheidet euch doch mal

KB4: Ja. Und dann, dann ist wieder so, ja, aber ich, ich steh schon auf so'n geilen Ausschnitt so. Aber ich meine sorry, aber man hat, nicht jedes Mädchen hat so'ne [...] Und vor allem richtig krass so dass Frauen müssen sich überall rasieren. Sonst ist es irgendwie wieder

KB2: Das finde ich schlimm

KB4: Frauen dürfen nicht rülpfen, Frauen dürfen nicht das und das. Und da denk' ich mir so [...] Man, machts doch selber, ohne Spaß

KB2: Frauen haben sehr viele Grenzen was sie nicht dürfen

((Mehrere Befragte zustimmend: Ja))

KB2: So wenn ich mir vorstelle, so im Sommer muss ich mir halt wirklich jeden Tag die Beine rasieren. Auch wenn ich blonde Haare habe und sie sieht man halt sonst in der Sonne. Und mir ist das auch peinlich wenn ich dann rumlaufe und man sieht die Haare in der Sonne. Da bin ich auch so, oh Gott so kann ich nicht rumlaufen

KB1: Man fühlt sich dann nicht mehr wohl obwohl es ja eigentlich totaler Schwachsinn ist

(Zeile 1008-1064)

F1: Ich find auch, es ist immer noch so, also oder überhaupt so dass man groß ist, ist schon auch ein Schönheitsideal

F: Aber nicht zu groß, wenn du dann zu groß bist dann heißt es wieder da die ist ja so riesig

F1: So die Durchschnittsgröße halt, so

F: Du kriegst nie einen Freund weil du viel zu groß bist

F2: Kannst nie auf High-Heels mit deinem Freund laufen oder so

F: Ich finds halt auch krass das so ist so, keine Ahnung, einerseits sagt man immer so, ja, schön dass die ja jetzt irgendwie so dünn sind so, aber dann wenn du dünn bist sagen dir ganz viele Menschen so ja, Jungen stehen aber kurvige Girls. Also Mädchen

(Zeile 1623-1632)

Bemerkenswert ist, dass in beiden Fällen im Rahmen der Positionierungen zum Schönheitsideal auf die Erwartungen und Anforderungen in Bezug auf männliches Begehren argumentiert wird. Möglicherweise wird hier sichtbar, dass die normierenden Anrufungen, der antizipierte Blick der anderen, den die Mädchen implizit mitdenken bei ihren Schönheitshandlungen, ein *männlich-begehrender Blick* ist (vgl. dazu auch Kapitel 5.2.1a und Kapitel 6.2b). Möglicherweise scheinen aber auch alters- bzw. entwicklungsspezifische Einflüsse durch in Form der Herausbildung der eigenen sexuellen Identität, die die Perspektive der Jugendlichen framen¹¹⁹.

Ebenfalls auf eine generalisierende Ebene hebt eine Befragte aus der Tempelhofer Gruppe die Wahrnehmung von Zwängen, denen sie sich durch die Bedeutung des Äußeren ausgesetzt fühlt. In diesem Fall findet sich keine Referenz auf männliche Erwartungen, sondern Reflexionen zur Wirkmächtigkeit des positiven Sichtbarwerdens:

T4: Na die werden, also gutaussehend das geht halt auch vom Inneren her aber manchmal ist auch der Blick auf das Äußere, also falls man auf das Äußere gucken muss, ist bei uns – sehr viel find ich, auch wenn man die Werbung sieht mit den ganzen Models, wieso können die nicht normal aussehen, wieso müssen die so dürr sein – und ähm dass man sie sieht und gleich denkt sie sind glücklicher WEIL sie eher angesehen werden

(Zeile 644-648)

Insgesamt zeigt sich, dass alle Kritik, selbst wenn die Mädchen die machtvollen aussehensbezogenen Anrufungen benennen, auf der *Ebene der Erkenntnis* verbleibt. Zwar artikulieren die Mädchen partiell Leiden an Zwängen, die das Schönheitshandeln für sie mit sich bringt. Aber die Jugendlichen leiten daraus keine alternativen Handlungsstrategien für sich ab. Die zugrunde liegenden Rationalitäten und Modi lassen sich also als äußerst wirkmächtig interpretieren.

119 Bspw. fällt bei der Frage nach Vorteilen, die Menschen durch Schönheit haben, auf, dass die Befragten gruppenübergreifend anders rahmen: Die Mädchen stellen hier in ihren Antworten ausschließlich Bezüge zum beruflichen Bereich her und nicht zur Beziehungsebene i. S. v. (hetero-)sexueller Anerkennung.

5.2.3 Schlussbetrachtung zu den Befunden zum Schönheitshandeln

Wie die Befunde zum Schönheitshandeln in den vorangegangenen Kapiteln sichtbar machen, ist das Sich-schön-machen ein enorm facettenreicher Komplex, der das Äußere und Subjektivierungsprozesse bzw. Repräsentationen des Ersteren und Lesbarkeit des Letzteren eng verknüpft erscheinen lässt, in dem sich Normierungen und Machtverhältnisse widerspiegeln und der ein wirkmächtiges, spannungsreiches und partiell ambivalent besetztes Feld ist, in dem die leibliche und die körperliche Ebene (vgl. Plessner 1970) bzw. die diskursiv-ideologische und die praktisch-fühlende auseinander klaffen können. Größtenteils schreiben die Mädchen sich ein in Konzepte, nach denen aussehensbezogene Praxen Normalität darstellen, die freiwillig und freudvoll sind. In vielen Fällen werden die Handlungen, mit denen die Jugendlichen ihren Körper »bearbeiten«, auch erst gar nicht als Schönheitspraxen begriffen, sondern als selbstverständliche Körperpflege o. ä. Tätigkeiten wie Haarewaschen lassen sich symptomatisch als Indikator für neoliberale Selbstsorge lesen: Die Praxis selbst stellt eine quasi-professionalisierte Tätigkeit dar, die die Mädchen mit Kompetenz verbinden. Die Befragten verwenden und denken ihr Aussehen, sprich: Körper und Körperbedeckung, in fast allen öffentlichen Räumen als Instrument des impression management (vgl. Goffman 2003). In diesem Komplex wird das Äußere instrumentell eingesetzt, bearbeitet im Hinblick auf eine gewünschte Wirkung, einen gewünschten Eindruck, den die Mädchen bei anderen intendieren – dies aber i. d. R. präreflexiv, unbewusst und der Problematisierung entzogen. Das gilt offensichtlich nicht nur für die analogen Lebenswelten, sondern auch für die digitalen Welten in Form der Selbstrepräsentation in sozialen Netzwerken. Die eigene digitale Inszenierung erscheint damit ebenso als Selbsttechnologie. Im Zusammenhang mit den Befunden zu den verkörperten Werten – wie ausgeführt stellen sich insbesondere Symbolisierungen von Weiblichkeit als zentral dar – lässt sich die These ableiten, dass bei den Schönheitspraxen die gedachte Ausrichtung an den Blicke der anderen, die die normativen Anforderungen der sozialen Kontexte setzen, eine zentrale Rolle spielt. Dass also quasi der antizipierte *gaze* (vgl. Mulvey 1989) mitgedacht wird im Hinblick auf die intendierte Wirkung, auf die die Schönheitshandlungen abzielen. Hier zeigt sich sehr deutlich, dass das Aussehen keine reine Äußerlichkeit, sondern eine Verkörperung sozialer Ordnung ist. Die Darstellung der Innerlichkeit ist obligatorisch für die Inszenierung der Äußerlichkeiten, beide gehen ineinander über, bilden eine Synthese, aus der Rückschlüsse auf die Repräsentierenden gezogen werden. Angeschaut werden bedeutet, lesbar zu sein, das Aussehen kann nicht nicht kommunizieren. Zuschreibungen einer gelungenen Persönlichkeit und deren Repräsentation allerdings vergeben die Befragten nur im Rahmen eines engen Korridors: Ob sie wahrgenommen werden im Sinne von Angemessenheit oder Unangemessenheit, Können oder Inkompetenz, Erfolg oder Fehlleistung bedarf einer komplexen und diffizilen Herstellungsleistung. Aber die Decodierung findet offensichtlich auf der Basis heterogener Konzepte statt, so dass auch Missinterpretationen auftreten können. In diesen Fällen stellen die decodierenden anderen allerdings i. d. R. keine relevanten anderen dar. Innerhalb eines Milieus, so scheint es, stimmen Decodierung und Codierung überein.

Die investierte Arbeit und Herstellungsleistung bei Schönheitspraxen zielt offenbar für den Großteil der Lebenswelten nicht primär darauf ab, im Ergebnis die Stärke oder

das Ausmaß für andere in Erscheinung treten zu lassen. Die Sichtbarkeit stellt sich vielmehr fein nuanciert dar in Abhängigkeit von diversen Faktoren, bspw. dem sozialen Kontext und den dort normativ gesetzten Erwartungen, sowie im Hinblick auf die Lesbarkeit der Verkörperung spezifischer Werte. Als höchst relevant erweist sich, dass die Mädchen den Anschein von nicht-zielgerichteter, absichtsloser Schönheit(-spraxis) aufrufen, die sich eben nicht an anderen und deren Bewertung bzw. Maßstäben misst. Hier wird in den Befunden gruppenübergreifend eine Wissensordnung sichtbar, die für das Schönheitshandeln gilt, aber – dies deuten die Befunde an – sich auch in anderen Bereichen widerspiegelt (vgl. Kapitel 5.1.3a): Wenn (Schönheits-)Handeln für den Blick anderer und an fremden Maßstäben ausgerichtet stattfindet, wird es gewertet als oberflächlich, eitel, banal, da es, so offensichtlich der Schluss, nicht dem eigenen Selbst entspricht und dazu dient, unverdient, auf dem einfachen und unehrlichen Weg, nicht um seiner/ihrer Selbst willen Anerkennung und Aufmerksamkeit als zentrale Währung der zeitgenössischen Gesellschaft (vgl. Franck 1998) zu erzielen. Auffällig werden in diesem Zusammenhang viele und starke Distanzierungsstrategien, bspw. in Form selbstwertdienlicher Antworten. Als positives Leitbild dagegen affirmieren die Mädchen eine Wissensordnung, nach der Schönheitshandeln als spaß- und freudvolle Selbstverwirklichung für das eigene Wohlbefinden stattzufinden hat, um sich darüber im Einklang mit sich selbst authentisch und individuell wiederzugeben. Wird das Aussehen dagegen in keiner Form modifiziert, wissen die Mädchen darum, dass das bei den anderen nicht unbemerkt bleibt. Den kritischen Perspektiven der Mädchen selbst scheinen durch die Gemengelage von fortschreitender Normalisierung, Schönheitspraktiken als Pflegerituale, Responsabilisierung für die eigene Person, Wohlfühl- und Privatheitsideologie hauptsächlich die ritualisiert-standardisierten Praxen zugänglich.

Deutlich wird in den Befunden, wie (str)eng definiert der schmale Grat der Selbstinszenierungen praxeologisch und diskursiv in der Gegenwartsgesellschaft ist. Deuten lässt sich dies als Reaktion auf Unsicherheiten im Zuge der Modernisierung. Mit Degele (2004) sichtbar wird dabei der Wunsch nach »sicherheitsstiftenden Refugien. Solche sind Strukturen der Heteronormativität, gesellschaftlicher Hierarchien und klarer kultureller Werte.« (Ebd.: 152) Mit Freisetzung, Individualisierung, bei gleichzeitiger Pluralisierung und einhergehenden nachlassenden äußerlichen Zwängen gewinnen offensichtlich spezifische Imperative an Stärke und wird Eindeutigkeit im Sinne von Klarheit wichtiger. Ob diese normativen Anrufungen erzeugt sind durch das Patriarchat, also der männlich-begehrende Blick (vgl. Degele 2004¹²⁰) über sichtbare Schönheitspraxen auch als legitimer Subjektivierungsmodus etabliert und internalisiert ist, lässt sich anhand der Aushandlungen der Mädchen nicht eindeutig beurteilen.

120 Zu diesem Ergebnis kommt Degele (2004), die aus den Befunden ihrer Studie eine als »legitim unterstellte männliche Attraktivitätserwartung« ableitet: »Heterosexuelle Frauen machen sich für Männer schön, das umgekehrte Verhältnis gilt nicht. Dieser Mechanismus bekräftigt sowohl die Differenz wie auch die Hierarchie der Geschlechter.« (Ebd.: 138)

6 Resümee und Ausblick

Ziel dieser Arbeit ist, die Perspektiven auf Medienaneignung populärer Formate zu erweitern. Dieser Perspektiven gibt es zwar viele. Allzu häufig aber ist der Fokus ein enger, und die Auseinandersetzungsmöglichkeiten sind insofern limitiert. Der Beitrag, den diese Arbeit leisten möchte, ist, die RezipientInnen selbst »sprechen« zu lassen und dementsprechend den Blickwinkel und damit auch die Betrachtungsweise auszugestalten. Über den soziologisch-subjektseitigen Fokus wird eine integralere Betrachtung der komplexen reziproken Zusammenhänge möglich, in denen die Diskurse von Subjekten, Medien und die gesellschaftliche Ebene stehen, und darauf, welche Normalitäten kontemporär virulent und hegemonial sind. Der besondere Schwerpunkt dieser Arbeit gilt dabei der verkörperten Selbstführung der RezipientInnen und insbesondere der Frage, wie diese sich in der Medienaneignung und im Alltagshandeln der RezipientInnen abbildet.

Die Auseinandersetzung mit diesem Thema anhand der Beforschung jugendlicher Zuschauerinnen der Castingshow *Germany's Next Topmodel*, ihrer Selbsttechnologien im Allgemeinen und ihrem Schönheitshandeln als aussehensgebundener Selbstführung im Speziellen unter der theoretischen Verortung einer Synthese von Ansätzen – nämlich Foucaults Gouvernementalitätskonzept sowie sozialisations-, identitätstheoretischen und körpersociologischen Konzepten auf der einen Seite sowie handlungsorientierten und konstruktivistischen Ansätzen zur Medienaneignung und Cultural Studies auf der anderen – erwies sich als ergiebige, spannende und dankbare Forschung.

In einer abschließenden Betrachtung nimmt dieses Resümee zusammenfassend Stellung. Das Kapitel ist aufgeteilt in eine komprimierte Darstellung der zentralen Ergebnisse dieser Arbeit vor dem Hintergrund ihrer theoretischen Verortung (Kapitel 6.1) und in die anschließende Diskussion einiger ausgewählter Auswertungsergebnisse anhand alternativer Interpretationen (Kapitel 6.2). Letzteres bezieht sich zum einen auf Befunde, die gedeutet werden im Gesamtkomplex der Ergebnisse der Arbeit, für die aber auch andere Auslegungen möglich sind. Zum anderen bezieht es sich auf Erkenntnisse dieser Arbeit, die nicht im Fokus standen und für die daher kein theoretischer Hintergrund erarbeitet wurde, die in der Befundung aber als so auffällig und bedeutsam scheinen, dass sie nicht außen vor gelassen werden sollen. Hier bieten sich potenzielle Räume für Anschlussforschungen. Abschließend erfolgt in Kapitel 6.3 eine

persönliche Reflexion zu den Erkenntnissen dieser Arbeit und möglichen Handlungsempfehlungen, die sich daraus ableiten lassen.

6.1 Zusammenfassung der Erkenntnisse der Arbeit

Eine grundlegende Einsicht dieser Arbeit bereits in einem frühen Stadium der Empirie war, wie positiv, interessiert und kooperativ die Jugendzentren ebenso wie die befragten Mädchen und Frauen auf die Anfragen nach Gruppendiskussionen reagierten. Hier scheint durch, wie relevant Thema und Fragestellung dieser Arbeit sowohl für PädagogInnen als auch für weibliche Jugendliche offenbar sind. In den Befragungen selbst zeigten sich die Jugendlichen mehrheitlich offen, kommunikativ, interessiert, motiviert, meinungsfreudig und mit Spaß an den Themen. Die Fragen und Dimensionen, die diese berühren, sind offensichtlich anschlussfähig für die Jugendlichen, haben also Bedeutung in ihren Relevanzsystemen. Zudem zeigen diese Erkenntnisse im Zusammenhang mit der Selbstreferenzialität und Ausführlichkeit der Aushandlungen, dass die Gruppendiskussionen ihr Versprechen auf Mehrwert eingelöst haben, da sich so Relevanzsysteme, Einschreibungen und Sinnhaftigkeiten der Befragten offenlegen lassen, die ansonsten möglicherweise zu stark internalisiert bleiben.

Sowohl Medienaneignung als auch Schönheitshandeln erweisen sich in den Befunden als differenzierter Komplex mit unzähligen feinen Nuancen, die sich in der Ausdifferenzierung verschiedener Modi, Tempora, Räume, Lebenswelten und Erfahrungsbezüge zeigen. Dennoch fällt für beide Bereiche ebenfalls ins Auge, welche Wichtigkeit für die Jugendlichen die Angemessenheit von Verhalten und dessen Manifestation qua Aussehen hat und auf welch schmalen Grat sie beides situieren. Bemerkenswert ist auch, dass sich in der Befundung zeigt: Im Vergleich der zwei Erhebungszeitpunkte weisen die Aushandlungen kaum evidente Abweichungen oder Änderungen auf. In den sechs Jahren, die zwischen den zwei Erhebungen lagen, haben sich offensichtlich die dominanten Einschreibungen der Jugendlichen wenig verändert.

a) Medienaneignung

Am Anfang der Befundung stand die Überraschung: Beim ersten Durcharbeiten der Gruppendiskussionen fiel auf, wie einmütig selten die Befragten im Kontext der Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* Aussehen, Äußeres, Körper oder Schönheit selbstreferenziell thematisieren. Ebenfalls auffällig waren die vielen scheinbar widersprüchlichen Aussagen innerhalb der Gruppendiskussionen, die die Mädchen selbst aber nicht als konfligierend wahrnahmen. Mit dem Aufbrechen der Daten auf der Basis der Grounded Theory kristallisierten sich jedoch in den ersten Schritten der Auswertung Einzelphänomene heraus, die sich in den weiteren Schritten sukzessive zu einem Gesamtbild fügten: Bei der Medienaneignung werden ganz offensichtlich Maßstäbe aus den eigenen Erfahrungsbezügen – automatisch-gewohnheitsmäßig und unbewusst – aktualisiert. Diese Erfahrungsbezüge sind stark diversifiziert, und für die verschiedenen Kontexte gelten jeweils eigene Normalisierungen – was dazu führt, dass Positionierungen ganz unterschiedlich ausfallen können, je nachdem welcher Wissenshorizont gerade »aufgerufen« wird, ohne dass die Befragten dies als Inko-

härenz empfinden. Eigene Lebenswelten und Medienaneignung lassen sich demnach nicht voneinander losgelöst betrachten, sondern verweisen aufeinander, stimulieren sich gegenseitig. Insofern ist der Ansatz der Medienaneignung und Cultural Studies angemessen und fruchtbar, denn so wird die Deutung von Medientexten vor dem Hintergrund des eigenen Alltags konzeptualisiert.

Am prägnantesten erwiesen sich in den Aushandlungen zwei unterschiedliche Modi der Medienaneignung, zwischen denen die Mädchen changieren. Diese wurden deshalb so deutlich, weil der eine stark affektiv geleitet erscheint und der andere eher kognitiv-perzeptiv. Je nach Aneignungsmodus verhandeln, bewerten und ordnen die Mädchen die Medieninhalte unterschiedlich ein. Den zwei charakteristischen Arten der Auseinandersetzungen mit dem Medientext lassen sich relativ eindeutig bestimmte Themen zuordnen, die sich in Kategorien verdichten lassen. Induktiv aus den Daten heraus, nämlich basierend auf den Themen, werden diese Modi als orientierungs- und informationsgeleitete Aneignung sowie unterhaltungsgeleitete Aneignung bezeichnet. Die unterhaltungsbezogene Aneignung tritt marginaler auf als die der Orientierungs- und Informationssuche.

Insbesondere für den Modus der Unterhaltungssuche zeigen die Befunde deutlich, dass die in der Literatur benannten Charakteristika von Reality TV relevant sind, nämlich Emotionalisierung, Intimisierung, Personalisierung, Dramatisierung, Stereotypisierung (vgl. Wegener 1994, Klaus/Lücke 2003). Im Rahmen der Unterhaltungsorientierung eignen die Jugendlichen sich die Sendung deutlich lustvoll und spaßorientiert an. Hier überwiegt sichtlich Freude, Faszination und Sehvergnügen an starken Stimuli, wie einerseits ästhetisierten Bildern, die Außeralltägliches zeigen, und andererseits emotional aufgeladenen Narrativen mit Bezug zu Personal Interest-Themen. Bei Letzteren wird evident, dass es i. d. R. um die Kandidatinnen geht, die starke Emotionen zeigen aufgrund von Situationen, in deren Mittelpunkt Konflikte und Normverstöße stehen. Die Befragten handeln in diesen Bezügen (un-)angemessenes Verhalten aus. Dem zugrunde liegt offenbar nicht weniger als die Auseinandersetzung mit Verletzungen normativ gesetzter gesellschaftlicher Regeln im öffentlich-professionellen Kontext. Die schönen Bilder, die bei den Jugendlichen evidentes Sehvergnügen am Schauwert hervorrufen, sind dadurch gekennzeichnet, dass sie exzeptionelle Momente des Außeralltäglichen im Zusammenhang mit Chiffren weiblich codierten Lifestyles zeigen, die als starke Visualitäten Sichtbarkeit von Werten wie Erfolg, Attraktion, Anerkennung inszenieren. Vor dem Hintergrund der Erfahrungsbezüge der Jugendlichen aus dem eigenen Alltag lässt sich erkennen, dass die anziehenden visuellen Reize als Glücksversprechen fungieren, die symbolische Anerkennung verheißen. Diese rufen offensichtlich starke Affekte hervor, auch noch in der Post-Rezeptionsphase der Anschlusskommunikation mit anderen.

Insbesondere vor dem Hintergrund eines Abgleichs mit dem Forschungskanon fällt auf, wie häufig die Befragten selbstreferenziell Retrospektionen im Kontext dieses Modus verhandeln – dieser Aspekt findet sich in sonstigen Forschungen kaum. In diesen Rückblicken thematisieren die Jugendlichen in fast allen Gruppendiskussionen die Rezeptionssituation in der Gemeinschaft, vor allem mit gleichgeschlechtlichen Peers. Diese gemeinschaftliche Rezeption in jüngerem Alter besprechen die Mädchen ausnahmslos als positiv. Markiert sind die Situationen (in der Erinnerung) durch Gemeinschaft,

Vertrautheit, Offenheit, Spaß. Als Komplementär dazu fällt auf, wie wichtig es für einen großen Teil der Mädchen ist, sich für die gegenwärtige Situation von der Sendung abzugrenzen. Evident werden Distanzierungsstrategien, mit denen die Jugendlichen offensichtlich intendieren, *Germany's Next Topmodel* zu bagatellisieren und zu signalisieren, die Sendung nicht ernst zu nehmen. Besonders auffallend sind diese Strategien zu Beginn der Befragungen. Häufig werden sie im Laufe der Gruppendiskussionen weniger, in einigen Gruppen zeigen sie sich konsistent. Eine Erklärungsmöglichkeit ist, dass die Mädchen hier agieren im Anschluss an die öffentliche Meinung und Medienberichterstattung, in der es offenbar zum guten Ton gehört, *Germany's Next Topmodel* abzuwerten. (Eine Weiterführung dieses Gedankens findet sich in Kapitel 6.2b in der Diskussion der offenen Fragen.)

Die orientierungsgeleitete Aneignung wird in dieser Arbeit induktiv ebenfalls in zwei Sub-Bereiche unterteilt, nämlich die Aneignung von Eigenschaften und Werten aus dem Leistungsspektrum sowie die Aneignung aussehensbezogener Inszenierungen. Diese Differenzierung basiert auf dem Ergebnis, dass für die Befragten weniger das Äußere der Medienfiguren im Vordergrund steht, sondern vielmehr der Leistungsimperativ. Neben dem Kennzeichen dieses Modus, dass die Aneignung kognitiv-perzeptiv geleitet erscheint, kristallisiert sich als charakteristisch heraus, dass die Jugendlichen die Medieninhalte – die Medienfiguren, also Jury, Fachpersonal, Kandidatinnen, sowie die Handlungen und Aufgaben – als realitätsgetreu, seriös, authentisch, eben nicht inszeniert aushandeln.

Eine zentrale Erkenntnis der Befundung ist, wie stark die Jugendlichen auf neoliberale Imperative im Radius von Selbsterstellung fokussieren. Die Themen Leistung und kompetitiv-konkurrenzuelle Eigenschaften und Werte spielen eine zentrale Rolle in den Gesprächen der Mädchen zur Sendung und anscheinend auch in den korrespondierenden eigenen Erfahrungsbezügen. Deutlich wird sowohl bei Medienaneignung wie auch eigenem Schönheitshandeln die Relevanz von Selbsthervorbringung. Interpretiert wird dies als neoliberaler Imperativ. In beiden Bereichen zeigen sich demnach verschiedene Formen derselben, offenbar höchst bedeutsamen Einschreibung: die leistungsorientierte Selbsterstellung. Im Sinne des Foucaultschen Gouvernementalitätskonzepts wird dies interpretiert als Internalisierung und Individualisierung der sozialen Normen, sprich Selbstführung/Selbstsorge.

Der komplementäre zentrale Befund dieser Arbeit, dass das Äußere der weiblichen Medienfiguren nur sekundäre Bedeutung in den Aushandlungen der Mädchen zeitigt, erlangt seine Relevanz auch durch den Vergleich mit anderen Forschungen, dem Mediendiskurs und der öffentlichen Meinung zu *Germany's Next Topmodel*. Diesen allen ist gemeinsam, dass sie ihren Fokus größtenteils auf den aussehensbezogenen Bereich richten. Die Auswertung dieser Arbeit dagegen zeigt die Nachrangigkeit des Themas Aussehen für die Zuschauerinnen von *Germany's Next Topmodel*. Besprechen die Mädchen nämlich die Sendung, wird das Äußere der Medienfiguren kaum thematisiert. Damit stellen die Befunde dieser Arbeit auch einen Beleg für die Wichtigkeit rezeptionsorientierter Medienforschung dar. Evident wird das Potenzial qualitativer Forschungsmethoden – denn vor allem die Möglichkeit, Selbstreferenzialität zu erzeugen, schafft den Raum, die Thematisierungen und Positionierungen der Mädchen in ihrer ganzen Komplexität und Vielfalt und damit auch die Quantität von Themen und selbstgesetz-

te Schwerpunkte abbilden zu können. Sichtbar werden in der Auswertung Leerstellen, die für Aussparungen und Nicht-Thematisierungen stehen. In ihrer Nicht-Sagbarkeit bzw. dem gruppenübergreifend selbstverständlichen Konsens, auf den sie offensichtlich verweisen, stellen sich diese Leerstellen in der Auswertung genauso aussagekräftig und vielsagend dar wie Gesagtes.

In Bezug auf den Komplex Aussehen zeigen die Befunde vor dem Hintergrund der Aushandlungen zu eigenem Schönheitshandeln der Jugendlichen für die Aneignung von *Germany's Next Topmodel* folgende Erkenntnisse: Die Mädchen differenzieren zwischen zwei Teilbereichen des Aussehens, nämlich 1. somatisch-biologischen Komponenten sowie 2. aussehensbezogenen Komponenten, die der Selbstführung unterliegen, verstanden als Schönheitshandlungen.

1. Somatisch-biologische Komponenten werden offensichtlich als natürlich-gegebene Anteile des Aussehens gewertet, die nicht der Selbstbearbeitung unterliegen (können). Das ist von Gewicht, da es erklärt, warum diese nicht primär in Bezug auf Modifikationen im Sinne der hochrelevanten Kategorie der Herstellungsleistung wahrgenommen werden. Dies bildet sich darin ab, dass diese somatischen Dispositionen eine eher nebensächliche Rolle spielen in den eigenen Lebenswelten, ebenso wie in der Aneignung der Sendung.
2. Auch die Schönheitspraxen in *Germany's Next Topmodel* haben keine hohe Relevanz für die Zuschauerinnen. Wissen und Erfahrungen der Mädchen aus eigenen handlungsleitenden Themen und Lebenswelten situieren die Sendung als professionell-öffentlichen Raum. Die Befragten nehmen das Aussehen der Kandidatinnen in *Germany's Next Topmodel* dementsprechend als spezielles wahr, das den eigenen Alltagsbezügen entzogen ist. Daraus ergibt sich, dass das Äußere der Medienfiguren offenbar nur sekundär Bedeutung für die Befragten entfaltet – die daran gekoppelten Praxen werden kaum in Beziehung zu den eigenen Erfahrungsbezügen und Relevanzsystemen assoziiert, quasi losgelöst von den eigenen Lebenswelten und Räumen. Außerdem wird dieser Teil des Äußeren so gut wie ausschließlich bearbeitet durch Fachpersonal inszeniert wahrgenommen. Er wird dementsprechend als nicht-selbstergestellt und nicht-selbstkongruent gelesen und entfaltet für die Zuschauerinnen wenig Aussagekraft im Hinblick auf die für sie qua Vergesellschaftung lesbaren Verkörperungen von Identität und damit Verweisen auf relevante Eigenschaften wie Individualität, Autonomie, Natürlichkeit.

Das, was anschlussfähig ist für die Mädchen in ihren eigenen Lebenswelten – Wettkampf, Selbstführung, Intelligibilität sichtbar zu machen in der neoliberalen Matrix –, findet in Bezug auf *Germany's Next Topmodel* nicht über Zuschreibungen von Kompetenzen des Sich-schön-machens statt. Mag für das Lesen anderer im eigenen Alltag das Aussehen höchstrelevant sein – für die Medienfiguren in *Germany's Next Topmodel* ist es das kaum. Dass die Aushandlungen zur Aneignung aussehensbezogener Aspekte eher sekundär und nebensächlich erscheinen, ist also als Indifferenz und Nicht-Thematisierung zu deuten, die resultieren aus dem Zusammenspiel der Aneignung der charakteristischen, sendungsimmanenten Narrative und Bildgewebe vor dem Hintergrund lebensweltlich geprägter Wissensordnungen.

Stattdessen werden anhand der Kandidatinnen vor allem Eigenschaften und Werte aus dem Bereich »kapitalistischer Leistungsethik« verhandelt. Die Bewährungssituationen, über die die Mädchen Kompetenz, Erfolg, Anerkennung, Herstellungsleistung und Selbstführung der Kandidatinnen beurteilen, fokussieren sie in Form deren »Performance«, der *Selbst*hervorbringung auf dem Laufsteg, bei Castings oder in Fotoshootings. Im Vordergrund steht die Umsetzung von Körperbeherrschung, die vorteilhafte Aufführung des Körpers. Die Leistungserbringung über Verhalten und Handeln im Wettbewerb bei gestellten Aufgaben, die Resignifizierung – qua Verkörperung – hegemonial positiv besetzter Diskurse (sogar der Terminus »Narrative« ist hier adäquat, so groß und umfassend erscheint dieses Wissen) zu (Selbst-)Überwindung, Wachstum an Herausforderungen, (Weiter-)Entwicklung ist zentral – und nicht das Schönheitshandeln. Um ihre Ziele zu erreichen, so die Decodierung der Mädchen, sind die Kandidatinnen nicht etwa gefordert in besonders erfolgreich ausgeführten Schönheitspraxen. Der Wettbewerb besteht nicht im Sich-schön-machen, wie die Mädchen es aus eigenem Alltag kennen. Schönheitspraxen werden vom sogenannten Fachpersonal ausgeführt. Bedeutung qua Handlungsmacht wird den Kandidatinnen in logischer Konsequenz nicht über Bearbeitung und Herstellung ihres Aussehens zugeschrieben. Auch das ist vermutlich Teil der Erklärung, warum die Mädchen die Kandidatinnen nicht prioritär aneignen anhand deren Kompetenzen bei der Bearbeitung von Anforderungen zur Herstellung von Schönheit.

Auffallend ist, dass im Rahmen der Aushandlungen in *beiden* Modi die Relevanz von Texten/Bildern evident wird, die die Jugendlichen mit Kompetenz, Anerkennung, Erfolg, Leistung verknüpfen. Ebenfalls bedeutsam in beiden Modi, deutlich stärker allerdings in der unterhaltungsbezogenen Aneignung, erweist sich die Relevanz von Verweisen auf Weiblichkeit. Dies ist vermutlich zu verstehen als Indikator des Befunds, dass die Befragten im Kontext der Orientierungs-/Informationssuche stark Arbeit, Wettbewerb und Leistung fokussieren, die für sie aus eigenen Lebensbezügen mit Ernsthaftigkeit und Seriosität verknüpft sind. Reproduziert werden dabei gesellschaftliche Normalisierungen, nach denen diese Bereiche traditionell mit Männlichkeit verknüpft sind. (Eine Weiterführung dieses Gedankens findet sich in Kapitel 6.2b in der Diskussion der offenen Fragen.)

Kritische Perspektiven und Infragestellungen, die über die bereits erwähnten Distanzierungsstrategien hinausgehen, entwickeln die Befragten nur partiell. Dabei lassen sich verschiedene Formen der Kritik charakterisieren in Abhängigkeit vom Grad, in dem die Mädchen die Sendung infrage stellen als realistisch-authentische Darstellungen (des Modelbereichs) und damit einhergehend der Vermittlung von Leistung. Dies lässt sich bspw. nachzeichnen anhand der kritischen Reflexionen der Jugendlichen zu Ernsthaftigkeit und Professionalität, die sie nicht nur von den Medienfiguren einfordern, sondern ebenfalls von der Sendung im Umgang mit Leistungsimperativen. In dieser Auseinandersetzung entsteht für die Jugendlichen offensichtlich der Raum für Infragestellungen der Glaubwürdigkeit des Medientextes und der Sendung, für kritische Reflexionen der Vorzugslesart und für ein Bewussterwerden über die inszenierten Wissensordnungen. Beim Großteil der Kritik verbleiben die Deutungen im Radius der Inszenierungen bzw. der Sendung selbst – trotz partieller Abstraktionen bzw. Reflexionen auf einer Metaebene. Gelegentlich zeigt sich in den Aushandlungen das, was in die-

ser Arbeit als eigensinnige Kritik bezeichnet wird. Als solche werden Positionierungen gefasst, bei denen die Mädchen reflektieren, dass der Medientext in seiner Gesamtheit eine bestimmte Ideologie nahelegt, die einer gesellschaftlichen entspricht, dass die Sendung »systemkonforme Personen« (Decker 2011: 139) vorführt. Damit entsteht, so die Befunde, der Raum für Distanzierungen, Ambivalenzen, kreativen Eigensinn, Dis-Identifikationen, Emanzipation vom Inszenierten, wenn weiterführende Wissensordnungen einbezogen und kombiniert werden. (Eine Weiterführung dieses Gedankens findet sich in Kapitel 6.2c in der Diskussion der offenen Fragen.)

b) Schönheitshandeln

Einer der auffälligsten Befunde der Auswertung ist die Intensität und Selbstläufigkeit der Aushandlungen der Mädchen in den Gruppendiskussionen bei den Fragen zum eigenen Schönheitshandeln. In fast allen Fällen entwickelt sich ein selbstreferenzieller Austausch zwischen den Mädchen zu ihren Praxen, im Laufe dessen sie aufeinander Bezug nehmen, bspw. mit Zustimmung und Sich-gegenseitig-bestätigen oder mit Abgrenzung und Sich-widersprechen (im Sinne von »ich mache es anders« oder »ich mache es genau so«) und/oder Bemerkungen zum Aussehen der Mit-Befragten (z. B. »Du bist auch selten geschminkt, oder?«). Es zeigt sich eine große Vertrautheit der Mädchen untereinander wie auch mit dem Themenbereich und dem Austausch dazu in der Gruppe. Ebenso wie in den Gesprächen zu Online-Medien empfinden sich die Jugendlichen offensichtlich, was diesen Komplex betrifft, als kompetent und versiert. Hier scheint eine Atmosphäre konjunkter, vertrauter, intimer und gemeinsamer/geteilter Erfahrungsbezüge sichtbar zu werden.

Wie ausgeführt unterscheiden die Jugendlichen beim Aussehen zwei Teilbereiche: Auf der einen Seite handeln sie das aus, was in dieser Arbeit als die somatisch-biologische Komponente des Aussehens bezeichnet wird. Der andere Teilbereich sind die aussehensbezogenen Komponenten, die der Selbstführung unterliegen, verstanden als Schönheitshandlungen. Erstere werden als natürlich-biologische Anteile des Aussehens ausgehandelt, die größtenteils nicht veränderbar sind und daher kaum Modifikationen unterliegen. Diese Teile des Aussehens spielen eine marginale Rolle in den Aushandlungen zu eigenen Lebenswelten. Eine große Relevanz nehmen in den Gesprächen Schönheitspraxen ein. Hier zeigt sich, dass für die Wahrnehmung und Bewertung von sich und anderen die Schönheitshandlungen eine zentrale Kategorie darstellen. Aussehen ist für die Jugendlichen offensichtlich ein höchstrelevanter Code zur Bewertung von sich und anderen, um andere zu »lesen« und darüber auf das Selbst zu schließen, und so Personen zu beurteilen. Für diesen Code gilt, dass ein enges Normenkorsett vorliegt, das die Mädchen über die Angemessenheit bzw. Kompetenz des sichtbar modifizierten Äußeren verhandeln. Das wiederum steht in Abhängigkeit von den verschiedenen sozialen Kontexten, in denen das Äußere verkörpert wird. Auffallend wird, welche zentrale Rolle das Aussehen für die (Selbst-)Verortung und Identität(-ssicherung) einnimmt. Die Herstellung des Äußeren manifestiert sich in den Aushandlungen der Mädchen als soziales Instrument der Selbstdarstellung, das an Maßstäbe geknüpft ist, die die Inszenierung bestimmter Werte betrifft. Deren Umsetzung ist Fixstern für die eigenen Schönheitspraxen und maßgeblich für die Bewertung von anderen. Diese Werte, die

erkennbar verkörpert werden müssen, bewegen sich im Radius von Weiblichkeit, Gepflegtheit, Individualität, Autonomie, Natürlichkeit. Für diese Werte gilt, dass ein kompliziertes Spannungsfeld herrscht, in dem wichtig ist, die *Sichtbarkeit der Eigen-Leistung* bei gleichzeitigem *Unsichtbarmachen der Hergestelltheit* des Aussehens für die Blicke anderer darzustellen.

Dabei gelten die Verweise bzw. gilt die Stärke, in der diese sichtbar gemacht werden müssen, nicht für alle Lebensbereiche gleich: Evident wird in den Aushandlungen der Mädchen, dass sie für eigene Lebenswelten zwischen Räumen unterscheiden, die sich zwischen Öffentlichkeit und Privatheit bewegen. Im Kontext der Diskurse zu verschiedenen Lebenswelten zeigen sich Pluralisierung und Fragmentierung der Normalisierungen. Vor allem als bedeutsam scheint in den Aushandlungen der Mädchen durch, ob und inwieweit sie in welchen Kontexten Gepflegtheit plus Weiblichkeit sichtbar machen (müssen), inwieweit also der Verweis auf die eigene disziplinierte Selbstführung und zusätzlich auch auf die Einordnung als weibliches Subjekt vorhanden sein muss. Auffällig zeigt sich anhand der Aushandlungen der Mädchen zu Negativbeispielen, dass der zu starke, als übertrieben wahrgenommene Verweis auf Weiblichkeit diskursiv gerahmt ist mit einer Vielzahl negativer Attribute, bspw. trivial, vulgär, unpassend, künstlich, oberflächlich, unsouverän, nicht autonom. Im Kontext anderer Befunde, wie der Distanzierungsstrategien von der Sendung, lassen sich hier Reproduktionen und Affirmationen gesellschaftlicher Normalisierungen deuten, die eine Abwertung von Weiblichkeit implizieren. Aus den Aushandlungen zu Negativbildern lässt sich außerdem lesen, dass der Performanz weiblicher Chiffren stets auch Sexualität und die Einordnung als sexuell begehrtes Objekt im heteronormativen Raum inhärent ist. Über die Konstruktion von Weiblichkeit findet offenbar auch eine Inszenierung der eigenen sexuellen Orientierung statt, die die eigene Person für andere sicht- und lesbar als begehrtes Objekt macht. Dazu passt, dass für die Jugendlichen gilt, dass sie Verweise auf Weiblichkeit im privaten, nicht-öffentlichen Raum am wenigsten verkörpern müssen. Damit erklärt sich auch, warum die Verweise auf Weiblichkeit so wichtig sind für die jugendlichen Mädchen, denn eine eindeutige Geschlechterperformance bedeutet eine Positionierung als intelligibles weibliches Subjekt. Diese Ausführungen lassen exemplarisch ein spannendes Feld aufscheinen: Die Frage nach Sichtbarkeiten bzw. genau genommen nach normalisierten Sichtbarkeiten – was darf sichtbar werden in welchem Maß und in welchen Kontexten? Neben den Chiffren von Weiblichkeit spielen Fragen der Sichtbarkeit auch für Aufführungen von Leistung eine bedeutsame Rolle: Anhand der Aushandlungen der Befragten zeigt sich deutlich, dass Leistung etwas ist, das ohne die Verkörperung, also die Sichtbarkeit, quasi nichts zählt. Spannend ist das diametrale Verhältnis zu den Inszenierungen weiblicher Chiffren und dem Schönheitshandeln. Das Schönheitshandeln wiederum darf, wie bereits ausgeführt, nicht sichtbar werden – außer in Bereichen, wo es von Bedeutung ist, sich als weibliches Subjekt aufzuführen.

Insgesamt wird in dieser Arbeit die Komplexität der Prozesse in der Medienaneignung sichtbar, die sich an Themen, Alltag, Lebenswelten der aneignenden Jugendlichen ausrichten, wie auch der Einschreibungen und Normalisierungen. Die Befunde legen nahe, dass die Jugendlichen *Germany's Next Topmodel* durchaus als Mittler von Wissen und Orientierung wahrnehmen – allerdings nicht notwendigerweise im Hinblick auf das eigene Äußere und/oder Schönheitshandlungen. Sondern eher als Modell für ange-

messene Selbstführung im Feld von Leistung-Erfolg-Anerkennung. Diese Rationalitäten sind weder ausschließlich medien-gemacht noch unabhängig davon. Herrschende Diskurse in Gesellschaft und Medien, so ein Resümee dieser Arbeit, stehen in reziprokem Zusammenhang. Analysen von Gesellschaft, Medien und RezipientInnen, die diese drei Größen in ihrem Wechselspiel betrachten, statt isoliert voneinander, versprechen insofern einen Zugang zu »kollektiv geteilten Sinngehalten« (Degele 2004: 36). Einmal mehr zeigt sich mit dieser Arbeit das Gewicht rezipientInnen-/subjektorientierter Forschung. Und nicht nur das – auch die Relevanz qualitativer Methoden zum Erschließen der Lebenswelten und des Alltags der Beforschten. Selbst wenn die Ergebnisse nicht signifikant sein können, sind sie doch unerlässlich zur Entschlüsselung von Sinnhorizonten.

6.2 Offene Fragen und Ausblick

Wie in den Befunden an einigen Stellen ausgeführt lassen sich manche der Auswertungsergebnisse nicht abschließend einordnen bzw. klären. Auch sind einige der Erkenntnisse so rudimentär, dass ihre Interpretationen in dieser Arbeit auf hypothetisch-spekulativer Ebene verbleiben (müssen). Als Forschungsdesiderata betrachtet bieten diese Daten dennoch Raum für kritische Erörterungen, alternative Auslegungen und Möglichkeiten als fruchtbare Ansatzpunkte für Anschlussforschungen und sollen insofern kurz angerissen werden. Dies betrifft die folgenden Bereiche:

- a) Die marginalen Thematisierungen des Äußeren in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel*, die Bedeutung von Milieu und kulturell-ethnischem Hintergrund für die Medienaneignung und Rahmungen von Schönheitspraxen,
- b) die Ambivalenzen im Feld von Selbstermächtigung und Selbstnormalisierungen zwischen Distanzierungsstrategien, Abwertungen des Weiblichen, Hypernormalisierung und dem männlichen Blick,
- c) Kritik- und Medienkompetenz.

a) Marginale Thematisierung des Äußeren in den Aushandlungen zu *Germany's Next Topmodel* und milieuspezifische Hintergründe von Aneignung und Einschreibungen

Aussehensbezogene Themen in der Medienaneignung von *Germany's Next Topmodel* erweisen sich in der Befundung wie ausgeführt als nachrangig für die Zuschauerinnen. Seltenheit der Thematisierungen, Selbstreferenzialität der Aushandlungen und Intensität der Positionierungen werden interpretiert als Nicht-Thematisierungen und Ausparungen; erklärt wird diese sekundäre Bedeutung des Aussehens der Medienfiguren durch die spezielle Verknüpfung des Medientextes mit Bezügen aus eigenen Lebenswelten. Unverkennbar heben sich diese Ergebnisse ab vom Mehrheitskonsens der sonstigen Forschungen. Daher soll an dieser Stelle eine andere bzw. ergänzende Deutung des Befundes dieser Arbeit diskutiert werden, der sich anlehnt an den Common Sense aus öffentlicher Meinung und Wissenschaft. Diese Interpretation ist im Kontext der Kultivierungshypothese verortet, mit der sich die Nicht-Thematisierung als Indikator dafür auslegen lässt, wie stark normalisiert die Jugendlichen dünne Medienpersonen

aneignen. Dünner Körper und »Schönheit« der weiblichen Medienfiguren stellen demnach eine Selbstverständlichkeit für die Mädchen dar. Diese Deutung lässt sich ausweiten auf den Modelbereich im Besonderen und die Seltenheit der Thematisierungen als Beleg sehen für internalisierte Wissensbestände der Befragten. Im Rahmen dieser Erklärung lägen also Nicht-Thematisierungen und Aussparungen vor, die auf gemeinsam geteilte Selbstverständlichkeiten verweisen im Hinblick auf dünne Frauen und ein konsensuelles, atheoretisches Wissen über Idealbilder.

Diese Interpretation findet vor dem Hintergrund der Einbindung lebensweltlicher Bezüge der Aushandlungen allerdings wenig Halt. Wie bereits mehrfach ausgeführt soll damit nicht gesagt werden, dass Medienfiguren keine Vorbildfunktion bezüglich des Äußeren einnehmen können. Vielmehr will sich diese Arbeit abgrenzen von einem unikausalen Wirkungsmodell. Plausibel scheint, dass in der Gesellschaft bestimmte Ideale und Normalisierungen »zirkulieren«. Diese werden in der den Medien immanenten und typischen Form als starke Stimuli übersteigert und durch die Omnipräsenz in hoher Anzahl sichtbar. Dadurch können mediale Texte und Bilder bestimmte Vorstellungen, Normalisierungen, Ideale fördern – allerdings in Anlehnung an die Befunde dieser Arbeit und Ansätze wie die Cultural Studies vor allem dann, wenn sie einen Bezug aufweisen zu Lebenswelten, Erfahrungsbezügen und Alltag der Rezipierenden. Auf Basis dieser Prämisse lassen sich Medientexte fruchtbar machen in der Interpretation ihrer »Produktions- und Rezeptionsästhetiken« (Hoffmann 2010: 22), die in einem »Zusammenhang mit gesellschaftlichen Verhältnissen und Ideologien stehen« (ebd.). Damit stellt das Aussehen von Medienfiguren weniger normatives oder »weisungsgebendes« (ebd.: 23) Manipulationsinstrument dar. Stattdessen lässt es sich lesen als aussagekräftiges Moment, welche Arten von Symbolisierungen für die RezipientInnen sinnhaft sind, um darüber im Sinne der Anschlussfähigkeit schließen zu können, welche virulente Norm(alisierung)en in deren Lebenswelten und Alltag vorherrschen. Sprich, durch »Akzeptanz bzw. Nicht-Akzeptanz« (ebd.) werden Hinweise sichtbar, »an welchen Images und Körperpraktiken Menschen audiovisuell teilhaben möchten und welchen nicht.« (Ebd.)

Neben den spezifisch-historischen, gesellschaftlichen Prägungen haben selbstverständlich weitere Faktoren Einfluss auf Wissenshorizonte und Sinnstrukturen. Partuell wird dies in den Befunden evident, auch ohne dass ein Fokus auf diesem Moment liegt. Besonders deutlich ins Auge stechen bspw. die unterschiedlichen Anforderungen an Verweise auf Weiblichkeit und dessen Komplementär Individualität in Bezug auf die Schönheitspraxen in eigenen Erfahrungsbezügen. Aufgrund der Homogenität der Meinungen im Intragruppenvergleich liegt die Interpretation nahe, dass hier der lebensweltlich-kulturelle Hintergrund eine Rolle spielt¹. Die theoretische Verortung der Arbeit wie auch die Methodik sieht nicht vor, operationalisiert über Bildungsmilieu oder

1 Neben der Möglichkeit einer Antwortverzerrung durch Gruppeneffekte.

Sozialraumanalyse Unterschiede herauszuarbeiten². Daher sind die folgenden Ausführungen ausschließlich hypothetischer Natur.

In einem Intergruppenvergleich zeigen sich anhand der Aushandlungen zum Sich-schön-machen zwei »Fraktionen«, die sich charakterisieren lassen bezüglich der affirmierten Normalisierungen zur Stärke der Sichtbarkeit von Schönheitshandlungen. Der eine »Pol« fordert deutlich mehr und offensichtlichere Schönheitspraxen. Es scheint, dass die Herstellungsleistung beim Aussehen für diese Gruppen erkennbarer sein muss und die Anforderungen an Nicht-Sichtbarkeit der Hergestelltheit niedriger sind. Das offensichtlich bearbeitete Äußere wird von diesen Mädchen als bedeutender empfunden als von denen der anderen Fraktion.

Die Schönheitspraxen und deren argumentative Rahmungen erweisen sich für diese Gruppen stärker an der Betonung weiblicher Chiffren ausgerichtet, offenbar im Zusammenhang mit einer stärkeren Affirmation klassischer Geschlechterordnungen. Bspw. wird von diesen Jugendlichen außergewöhnlich-individuell auffallendes Aussehen negativ betrachtet. Sie bezeichnen es u. a. als »Penner/Abgefuckt« (Prenzlauer Berg) oder »hässlich« (Oberschöneweide), dechiffrieren es als ungepflegt und unweiblich. Für den anderen Pol ist diese Form des Aussehens positiv konnotiert, sie referenzieren darauf u. a. als »interessante, außergewöhnliche Schönheit« (Friedenau). Kritisch gesehen werden in diesen Gruppen eher die »Girl-next-door« und »Shape-Gesichter« (Kreuzberg 2017) oder die »08/15-Gesichter« (Pankow). Diese Gruppen sind markiert dadurch, dass sie für Schönheitspraktiken den »natürlichen Look« und die Inszenierung der eigenen Individualität als Understatement bevorzugen. Von Wichtigkeit scheint zu sein, weibliche Chiffren nicht zu offensichtlich zu verwenden. Die Inszenierung von Mühe- und Absichtslosigkeit hat hier besonderen Wert, anscheinend in Verbindung mit der Intention, sich als autonom zu geben und damit von Oberflächlichkeit und der Abhängigkeit vom Blick anderer abzugrenzen.

In Anlehnung an die Ergebnisse verschiedener Studien scheinen sich milieuspezifische und lebensweltliche Besonderheiten abzubilden: Empirische Forschungen geben eindeutig Auskunft, dass Körpertechnologien sowie deren argumentative Rahmung durch Strukturvariablen wie das soziale Setting, in dem Subjekte sozialisiert werden, geprägt werden. So wies bspw. Hradil (2009) lebensstilspezifisches Gesundheitsverhalten nach. Koppetsch (2000) fand in ihrer Untersuchung milieuhängige Körper- und Schönheitsideale, die sich mit den beschriebenen Befunden dieser Arbeit decken, bspw. in der Form, dass in individualisierten Milieus Schönheit im Sinne von Authentizität und Individualität definiert wird. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch Otte (2007). Er resümiert in seiner Studie zu klassenspezifischen Körperinszenierungen

2 Zwar wurden die besuchten Schultypen ebenso wie das Alter und der Bezirk, in dem die Befragten wohnen bzw. zur Schule gehen, erhoben. Für den Fall, dass auffällige Unterschiede in den Aushandlungen auftreten, so die Annahme dahinter, lassen sich »unabhängige Variablen« nachvollziehen. Dieses Vorgehen hat sich insofern bewährt, als in den Gruppendiskussionen mit jungen Jugendlichen, die die Grundschule besuchten, im ersten Auswertungsdurchgang deutliche Unterschiede in den Aushandlungen sichtbar wurden. Für den Bildungshintergrund zeichnen sich kaum derart deutliche Unterschiede ab; allerdings hatten in einigen Gruppendiskussionen die Befragten einer Gruppe jeweils unterschiedliche Bildungshintergründe.

Jugendlicher unterschiedliche Schönheitspraktiken in Abhängigkeit von Bildungsmilieu bzw. Beruf. »Sexuelle Attraktivität und statusorientierte Trendteilhabe« (ebd.: 183) werden demnach eher von Jugendlichen bildungsferner Herkunft und statusniedrigerer Bildungs- und Berufsgruppen dargestellt. Bei den Jugendlichen aus bildungsnahen Milieus macht Otte dagegen eine inszenierte Nachlässigkeit und konsumskeptische Individualisierungsrhetorik aus (vgl. ebd.).

Eine der umfangreichsten Forschungen auf diesem Gebiet stellt Penz' (2010) Untersuchung zu »klassen- und geschlechtsspezifischer Körperlichkeit« dar. In dieser Studie weist Penz Unterschiede in aussehensbezogenen Praxen und Diskursen in Abhängigkeit von der sozialen Situierung der Befragten nach³. Analog zu den Ergebnissen von Koppetsch (2000) resümiert Penz, dass die Rationalitäten und Praxen von Frauen der oberen Klasse zentral von Individualität, Natürlichkeit, Autonomie und Authentizität bestimmt sind. Sie rahmen ihre – durchaus zahlreichen – Schönheitspraxen argumentativ damit, sich wohlfühlen und ihren individuellen Look ausdrücken zu wollen. Von Schönheitspraxen und an äußerlichen Idealen orientierten Handlungen wird sich kritisch-ironisch distanziert und stattdessen auf die »Pflege des persönlichen Stils« (ebd.: 161) verwiesen. Über diese Strategie nehmen die Frauen, so Penz, gleichzeitig eine Distinktion von den Frauen anderer Klassen vor. Die weiblichen Befragten unterer Klassen dagegen verweisen in Penz' Untersuchung dezidiert darauf, vielfältige und vielzählige Schönheitspraxen vorzunehmen und zeigen wenig Legitimierungsstrategien. Die hohe Relevanz des Aussehens für diese Frauen sieht Penz auch in deren Rückgriff auf Experten, wie mediale Vorbilder oder Schönheitsdienstleister. Zur Erklärung der klassenspezifischen Differenzen bezieht sich Penz – ganz im Sinne Bourdieus – auf das strukturelle Machtgefälle und die unterschiedliche Verfügung über ökonomisches und kulturelles Kapital, das in der Gegenwartsgesellschaft die Benachteiligung von Frauen und unteren Klassen perpetuiert. Diese Machtlosigkeit suchen Frauen der unteren Klassen, so Penz, zu kompensieren, indem sie stärker in ihr körperliches Kapital investieren:

-
- 3 Theoretisch verortet Penz die Forschung in den Konzepten Bourdieus (1987). Bourdieu ist einer der meistzitierten Autoren bezüglich sozialer Situierung von Subjekten und der daraus resultierenden Unterschiede. Auf der Basis umfangreichen empirischer Forschungen, die Bourdieu 1963 bis 1979 in Frankreich durchführte, entwickelte er eine Theorie zur Vergesellschaftung von Subjekten durch das soziale Setting, in dem sie sozialisiert werden. Die von Bourdieu in diesem Kontext konturierten Begriffe wie Habitus, Hexis, Kapital, Lebensstile, soziale Distinktion sind als zentrale Referenzen in vielfältigen Forschungsbereichen in den wissenschaftlichen Diskurs eingegangen (vgl. bspw. Gugutzer 2006, Villa 2008b). Bourdieu wies nach, dass und wie die gesellschaftlichen Schichten einen spezifischen Habitus, als »subjektives, aber nichtindividuelles System verinnerlichter Strukturen« (Bourdieu 1987: 112), und damit Abgrenzungsmechanismen (re-)produzieren durch Einverleibung und Verkörperung der Praxisstrukturen. Diese »unmerklich inkorporierten« (ebd.: 137) gesellschaftlichen Strukturen bilden sich also in den Praxen und Rationalitäten der Subjekte stets ab und der Körper stellt somit »die unwiderlegbarste Objektivierung des Klassengeschmacks« dar (ebd.: 307). Bourdieu war dabei in seinem Schaffen keineswegs neutral, sondern politisch und gesellschaftskritisch und analysierte die unterschiedlichen Herrschaftsverhältnisse, die sich vergeschlechtlicht oder über die Platzierung im sozialen Raum niederschlagen.

»Geringes ökonomisches und kulturelles Kapital hat zur Folge, dass dem körperlichen Erscheinungsbild hohe Bedeutung zukommt und sich soziale Machtlosigkeit in einer relativ aufwändigen Schönheitspraxis zeigt. [...] Die Schönheitsanforderungen, die auf den Frauen der unteren Klasse lasten, bleiben weitgehend unreflektiert, sind Teil der (unbewussten) körperlichen Gewohnheiten bzw. der ästhetischen Selbstregierung und stellen insofern ein Paradebeispiel für die Mechanismen symbolischer Gewalt in der Gegenwartsgesellschaft dar.« (Ebd.: 200)

Die Ergebnisse der geschilderten Untersuchungen scheinen sich partiell auch in den Befunden dieser Arbeit abzubilden. Im Kontext des oben angeschnittenen Feldes normalisierter Sichtbarkeiten ließe sich fragen, ob bei denjenigen Jugendlichen, die eine erkennbare Hergestelltheit der Schönheitspraxen und darüber eine größere Sichtbarkeit der Leistung in diesem Bereich fordern, das Aussehen generell als relevantere Kategorie der Identitätsarbeit und Selbstbestimmung empfunden wird. In Anlehnung an Bourdieus (1987) Kapitalsorten ließe sich dieses Feld für Anschlussforschung fruchtbar machen und bspw. darauf befragen, ob die hohe Bedeutung einer Kapitalart (in diesem Fall des Aussehens als soziales Kapital) die Funktion der Kompensation anderer Kapitalarten impliziert (bspw. des ökonomischen oder kulturellen Kapitals). In Anbetracht der Forschungslage lässt sich konstatieren, dass in diesem Feld offensichtliche Forschungsdesiderata bestehen und Anschlussuntersuchungen vonnöten sind, insbesondere wenn man davon ausgeht, dass sich qua Schönheitshandeln auch soziokulturell-strukturelle Facetten der jeweiligen Gesellschaftsform analysieren lassen. Zu diesem Ergebnis kommt auch Penz (2012), der eine erhebliche Wissenslücke kritisiert und problematisiert, es gebe

»bis heute wenig gesichertes Wissen über die Gründe für persönliche Vorlieben und Abneigungen auf dem Gebiet der Schönheit oder über persönliche Handlungslogiken. Vor allem aber fehlt es an wissenschaftlichen Befunden, die zur Systematisierung des Schönheitshandelns beitragen würden, indem sie soziologische Regelmäßigkeiten, etwa milieu- oder klassenspezifische Interessenlagen und Wahrnehmungsweisen, erklären.« (Ebd.: 6)

Eine ergänzende Erklärung zum milieuspezifischen Hintergrund können kulturell-ethnische Momente darstellen. Dies deutet sich in den Befunden an, bspw. in der Moabiter Gruppe und der aus Wedding, in der ausschließlich Mädchen mit Migrationshintergrund (türkisch und/oder arabisch) befragt wurden. Neben vielen Homogenitäten verweist der Intergruppenvergleich auf einige von anderen Gruppen abweichende Aushandlungen zum Aussehen. Einerseits scheint es hier, dass der Verweis auf Weiblichkeit elementar ist, andererseits sollen diese Verweise nicht als erotisiert im Sinne von freizügig für den männlichen Blick sichtbar werden.

W2: Nee, es ist, eine Frau sollte einfach auf sich achten

W5: Sie sollte nicht schlampig herumlaufen

W1: So wie meine Nachbarin – die Mutter von meiner Freundin läuft wie ne Schlampe rum [...] Obwohl sie Moslem ist läuft sie mit nem kurzen Minirock – äh lange Hackenschuhe also Stiefel und dann trägt sie auch noch n bauchfreies Top und zieht sich eine Lederjacke drüber und schminkt sich total wie ne Bitch und dann macht sie noch ihre

Haare perfekt – ich frag sie wohin gehst du und sie sagt, ich geh arbeiten – mit diesem Outfit Minirock lange Stiefel also mit Hacken, richtig Hacken und brauchfrei [...] – ich fragte sie wohin gehst du und sie arbeiten – in diesem Outfit? Und sie so wie soll ich n dann gehen? Und ich so mit ner Jeans und nem Pullover
(Zeile 174-185)

M2: Viele Frauen schminken sich auch für Männer – viele Frauen schminken sich doch für Männer um äh die Aufmerksamkeit von den Männern zu bekommen
(Zeile 511-512)

Auch für diesen Bereich sind Anschlussforschungen wünschenswert, die die lebensweltlichen, religiösen, geschlechtlichen und sonstigen Subjektpositionen, die Individuen auszeichnen und ausmachen, miteinbeziehen.

Neben diesen Unterschieden zeigen die Befunde dieser Arbeit, dass allen Gruppen gemeinsam ist, dass sie eine Vielzahl verschiedener Räume und Lebenswelten für den Alltag in eigenen Erfahrungsbezügen aushandeln⁴. Bemerkenswert ist die Homogenität dieser Räume und deren diversifizierte Anforderungen, Normalisierungen und Chiffren in den Thematisierungen und Positionierungen der Jugendlichen. Beim Aussehen als Symbolisierungen sozialer Bedeutung sind in den unterschiedlichen Räumen, so die Befunde dieser Arbeit, jeweils spezifische Identitätsmarker virulent. Und eben dieser Rahmen stellt sich als praxeologisch und diskursiv (str)eng definiert dar – von hoher Bedeutung für die Jugendlichen ist offensichtlich, sich an die verschiedenen Räume *angepasst* zu zeigen. Thomas/Stehling (2012) und Stehling (2015) kommen in ihren Forschungen zur Rezeption von *Germany's Next Topmodel* zu analogen Ergebnissen, die sich insofern als Vergleichshorizont für die Erkenntnisse dieser Arbeit verwenden lassen, als die Autorinnen Ambivalenzen und Brüche sowie daran angeschlossene Strategien des »Ambivalenzmanagements« (Thomas/Stehling 2012: 165) in das Zentrum ihrer Befunde stellen. Die Trennung unterschiedlicher Lebenswelten und Zuordnung der diskursiv verhandelten Anforderungen im Kontext dieser Erfahrungsbezüge deuten die Autorinnen nur an für den beruflichen Bereich. Ansonsten verorten sie die abweichenden Positionierungen der Zuschauerinnen auf einer allgemeinen Ebene als Spannungen, die durch spezifische gesellschaftliche Anrufungen bedingt sind und deren Ursache bzw. Analyse keiner weiteren Erklärung bedarf. Das Ambivalenzmanagement verorten die Autorinnen gesellschaftstheoretisch als spezifische Anforderung der Gegenwartsgesellschaft. Die Daten dieser Arbeit legen stattdessen nahe, dass für kontemporäre Subjekte durch das Aufwachsen in verschiedenen Lebenswelten die Gültigkeit verschiedener Maßstäbe normal(isiert) ist. Die Aushandlungen zeigen, dass die Jugendliche die Brüche in ihren Positionierungen gar nicht wahrnehmen und entsprechend nicht das Gefühl haben, etwas »ausbalancieren« zu müssen. Die Thematisierungen und Positionierungen, die auf das Vorhandensein von unterschiedlichen Normen hinweisen, zeigen, dass die Mädchen es als normalen Teil ihres Alltags empfinden, wenn sie für verschiedene Bereiche verschiedene Schönheitshandlungen vornehmen. Die diversifizierten Anforderun-

4 Das Vorhandensein pluralisierter Erfahrungsbezüge zeigt sich auch in den Ergebnissen aktueller Jugendstudien (vgl. bspw. Calmbach et al. 2016).

gen, die teils gegensätzlichen Werte, das enge Normenkorsett im Hinblick auf deren Erfüllung, der Druck und die Zwänge, die damit einhergehen, bleiben für die Mädchen größtenteils unhinterfragt-selbstverständliche Einschreibungen, die sie nicht mit strukturellen und gesellschaftlichen Machtverhältnissen in Verbindung bringen. Infragestellungen oder Kritik sind selten und verbleiben, wenn sie überhaupt vorkommen, meist auf der Ebene von Kritik an als einzeln wahrgenommenen Erscheinungen.

Degele (2004) kommt in ihrer Studie zu analogen Ergebnissen. Sie konstatiert Schönheitshandeln als kontextgebunden im Sinne einer Anpassung an gesellschaftliche Erwartungen und markiert ein Spannungsfeld zwischen den zwei Momenten »gesellschaftliche Anpassungszwänge« und »Authentizität«. Auch dieser Aspekt scheint den Befunden dieser Arbeit zufolge etwas anders gelagert zu sein. Authentizität und Angemessenheit in Abhängigkeit von den jeweiligen Räumen sind für die Befragten in dieser Arbeit keine zwei (gegensätzlichen) Bereiche, sondern greifen ineinander: Es gilt, authentisch zu sein *in* den jeweiligen spezifischen Anpassungen an die Lebenswelten/Räume. Auch für diesen Bereich gilt, dass Forschungen wichtig sind. Insbesondere qualitative Untersuchungen können dabei wichtige Arbeit leisten: In Anbetracht der rapiden und einschneidenden Entwicklungen der Gegenwartsgesellschaft, die sich bspw. in der Diversifizierung von Erfahrungsbezügen ebenso wie im Auseinanderdriften dieser ausprägt, ist ein Verständnis aus der Perspektive der Subjekte von hoher gesellschaftspolitischer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich resümieren, dass die Melange an Werten, die die Mädchen teils gruppenhomogen, teils individuell über Schönheitspraxen aushandeln, offenbar für die Verkörperung verschiedener Subjektpositionen (vgl. Villa 2013a) steht: Weiblich, Schülerin, Berlinerin, Kreuzbergerin, Araberin, Teenagerin, Freundin u. v. m. Für diese diversifizierten Positionen verweisen die Befunde auf eine weitgehend selbstverständliche Ko-Existenz, die in verschiedenen sozialen Kontexten, Erfahrungsbezügen, Lebenswelten und Räumen für die Jugendlichen normalisiert funktionieren und größtenteils der Problematisierung und dem bewussten Umgang damit entzogen sind.

b) Ambivalenzen im Feld von Selbstermächtigung und Selbstnormalisierungen: Distanzierungsstrategien und Abwertung von Weiblichkeit, Hypernormalisierung und der männliche Blick

Deutlich ins Auge fallen aufgrund der Häufigkeit wie auch Vehemenz der Positionierungen die Distanzierungsstrategien der Befragten in Bezug auf *Germany's Next Topmodel* sowie auf ihre eigene Rezeption. Diese werden in der Befundung größtenteils als selbstwertdienliche Antworten gewertet sowie als Aussagen, die aus der öffentlichen Meinung stammen bzw. teils gar die Form eines Common Sense zu haben scheinen, der *Germany's Next Topmodel* ins Feld von Unterschichtenfernsehen, Prekariat, Volksverdummung verweist. Die Auswertung legt diese Interpretation nahe, da die Distanzierungsstrategien i. d. R. zu Anfang der Gruppendiskussionen am deutlichsten auftreten und zudem Unterschiede zwischen der latenten und manifesten Ebene evident werden. Bemerkens- und ausführens-wert ist dieser Bereich darüber hinaus, da sich gesellschaftliche Prozesse der Diskriminierung von weiblich Codiertem interpretieren lassen. Denn bei einer Analyse im Gesamtkomplex der Auswertung erscheinen die Distanzierungs-

strategien als Verweise auf einen kollektiv geteilten Konsens, der die Sendung negativ, da trivial-weiblich assoziiert⁵: Vor dem Hintergrund der Gesamtheit der Befunde zeichnet sich ab, dass neben Referenzen auf den öffentlichen Diskurs auf einer subtileren Ebene Zusammenhänge mit gesellschaftlichen Machtverhältnissen und systematischer Abwertung des Weiblichen sichtbar werden. Hier zeigt sich ein diffiziles Spannungsfeld, das teilweise in feministisch geprägten Untersuchungen diskutiert wird – nicht nur, aber auch anhand der Medien (vgl. Kapitel 2.3.3). Exemplarisch konturiert werden soll dies im Folgenden anhand der Komplexe Genrekompentz und weibliche Praxen der Medienaneignung, spezifischer Anrufungen von *Germany's Next Topmodel*, Schönheitshandeln und Selbstermächtigung.

Die weibliche Genrekompentz stellt ein kontrovers diskutiertes Feld in der Forschung dar. Für einige spezifische Kontexte wurde dieser Bereich bereits vielfach untersucht, vor allem in Bezug auf serielle Formate (vgl. bspw. Ang 1989, Götz 2002c). Das Genrewissen, das Mädchen und Frauen als Kompetenz empfinden können, das Diskussionen mit anderen stimuliert und so zu Vergnügen führt, sowie die Tatsache, dass der Medientext offensichtlich an biographisch wichtige Themen anknüpft, lässt sich auf der einen Seite als Stärkung von Mädchen und Frauen interpretieren. Hier kann bspw. ein eigener Raum entstehen, in dem sie Zeit und Entlastung für sich suchen, sich in ihrem Kompetenzgefühl stabilisiert und gestärkt fühlen, ihre lebensweltlich relevanten Bezüge thematisiert und inszeniert sehen, in dem sie Resonanz finden und in Rezeption oder Aneignung in der Gemeinschaft affektiv und kognitiv Vertrautheit erleben. In diesem Sinne bieten Medientexte für Praxen auf Subjektebene das Potenzial, »Spiel- und Experimentier-Räume« (King 1997: 34) bereitzustellen. (Es ist bezeichnend und wirft ein Licht voraus auf die folgenden Ausführungen, dass diese Beschreibungen ebenso zutreffend für Praxen des Schönheitshandelns sind.)

Damit stimmig lässt sich bspw. der Befund dieser Arbeit interpretieren, dass die Befragten vielfach unkonventionelle Settings von Fotoshootings in *Germany's Next Topmodel* als faszinierend thematisieren. Im Sinne der ausgeführten Deutung inszeniert die Sendung damit für Mädchen anschlussfähige Experimentierräume, die sie selten in Medien finden.

In diese Auslegung von Medientexten als Ressourcen für Rezipientinnen lassen sich in Bezug auf *Germany's Next Topmodel* einige spezifische Facetten der Sendung einordnen, die sie vom Großteil der sonstigen (TV-)Formate abhebt. Auch in einigen Forschungen wird darauf als partiell positives Moment der Sendung verwiesen (vgl. bspw. Stach 2009, Götz/Mendel 2016.) Derart interpretiert inszeniert die Sendung durchaus fortschrittlich in einer Umkehrung der Geschlechterverhältnisse eine weiblich dominierte Sphäre, in der Mädchen/Frauen in Leistungssituationen im Mittelpunkt stehen:

5 Auch Knüttel (2011) macht auf diesen Aspekt aufmerksam anhand der Berichterstattung zu *Germany's Next Topmodel*, in der sie »Bilder hysterischer und nicht ernst zu nehmender Weiblichkeit« (ebd.: 132) erkennt.

- In keiner anderen populären deutschen Castingshow hat so eindeutig eine Frau die Führungsposition inne, sitzt der Jury vor und fungiert als Leitfigur⁶.
- Die ausschließlich weiblichen Kandidatinnen werden als eigenständige Figuren mit eigener Persönlichkeit in einer Leistungssphäre dargestellt⁷. Es gibt wenig Szenen, in denen die Kandidatinnen als (hetero-)sexuelles »Beziehungsobjekt« auf erotischer Basis inszeniert werden⁸.
- Die Kandidatinnen messen sich nicht in Konkurrenz zu Jungen/Männern, sondern ausschließlich im Wettbewerb mit Gleichgeschlechtlichen.

Durch diese Auslegung besteht allerdings die Gefahr, die Verbindung von weiblichem Geschlecht und bestimmten Aneignungsmodi, Bedürfnissen, Vorlieben und/oder Erfahrungsbezügen zu essenzialisieren und naturalisieren und dadurch zu stabilisieren und perpetuieren in der Selbst- und/oder gesellschaftlichen Wahrnehmung und Anrufung. Ebenso problematisch ist, dass sich die beschriebenen Momente paradigmatisch dafür lesen lassen, wie stark spezifische Sphären weiblich codiert funktionieren, und dadurch evident wird, dass diese Räume einige der wenigen sind, in denen sich Mädchen und Frauen vertraut bewegen. In diesem Sinne zeigen sich hier zwar Möglichkeiten für Kompetenzen und Ressourcen; diese verweisen aber gleichzeitig darauf, in welchen Räumen sich Mädchen und Frauen wiederum *nicht* als kompetent erleben. Vor allem die Lifestyle- und Konsumsphäre ist es demnach, die als legitimer Teil der weiblichen »Selbstverwirklichung« gesellschaftlich akzeptiert ist (vgl. Hark/Villa 2010). Hier schließt sich der Kreis zur Foucaultschen Gouvernementalitätstheorie: Die Selbstsorge somatischer Technologien und Modi lässt sich für weibliche Subjekte als primäre Form der Beschäftigung mit sich selbst lesen, die gesellschaftlich für (und von) Mädchen und Frauen als legitim und angemessen wahrgenommen wird, als Möglichkeit der Selbstverwirklichung, der Findung und Repräsentation der eigenen Identität über Körperstrategien und -modifikationen. Dies lässt sich insofern problematisieren, als dass diese Räume durch ihre Begrenztheit markiert sind. Darüber hinaus stellen sie

-
- 6 Vgl. zu dieser Diskussion auch die »Auszeichnung« der Zeitschrift Emma, mit der diese Heidi Klum 2009 als Pascha des Monats titulierte (<https://www.emma.de/artikel/pascha-des-monats-heidi-klum-263960>, Stand 18.2.2019).
- 7 Diese Kriterien sind in leicht abgewandelter Form dem Bechdel-Test entnommen. Dieser Test entwickelte sich aus der Kritik an fiktionalen Fernseh-/Kinoformaten, diese würden weibliche Figuren ausschließlich in Bezug zu männlichen Figuren inszenieren. Diese Stereotypisierung weiblicher Figuren will der Test anhand von drei bzw. vier Fragen ermitteln/belegen: Gibt es mindestens zwei Frauenrollen? Sprechen sie miteinander? Unterhalten sie sich über etwas anderes als einen Mann? Haben die Figuren einen Namen? (Vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Bechdel-Test>, Stand 18.2.2019.)
- 8 Die männlichen Juroren werden offenbar als freundschaftlich-hilfsbereit bzw. Autoritäten gezeichnet und angeeignet und nicht als Partner. Ein interessantes Phänomen ist die dezidierte Inszenierung von männlichen Jurymitgliedern in Model-Castingsendungen als homosexuell. Sie werden in diesem Zuge stereotyp-klischeehaft gezeichnet als emotional, exaltiert, freundlich, empathisch – quasi als Gegenpart zu den strengen Autoritäten, die die Jurymitglieder sonst darstellen.

strukturell trivialisiert-abgewertete Sphären dar⁹. Hier fügen sich bspw. stimmig die Aushandlungen der Jugendlichen zu Negativbildern des Aussehens ein, in denen sich die Abwertung von zu starken Verweisen auf Weiblichkeit abbildet, die mit Eigenschaften wie Künstlichkeit, Oberflächlichkeit, Banalität, Übertriebenheit assoziiert wird¹⁰.

Als Kontrapunkt zur ausgeführten positiven Auslegung lässt sich also kritisieren, dass durch eben diesen Verweis in vergeschlechtlicht-weibliche Sphären konnotiert mit spezifisch-stereotypen weiblichen Kompetenzen die Inszenierungen in *Germany's Next Topmodel* nichts anderes als kontemporäre Anrufungen an Mädchen und Frauen widerspiegeln. Diese Repräsentationen neoliberaler Rationalitäten und zeitgenössischer Sichtbarkeiten von Frauen sind in den letzten Jahren in der Öffentlichkeit unter diversen Bezeichnungen aufgetaucht, bspw. »neue deutschen Mädchen«, »Frauen auf der Überholspur«, »Alpha-Mädchen«, »neue Feministinnen« oder »Top Girls«. Anhand Letzterer zeichnet McRobbie (2010) exemplarisch nach, wie die neoliberale Gesellschaft zwar durchaus Räume der Sichtbarkeit für erfolgreiche weibliche Subjekte bereitstellt. Diese bleiben aber, so McRobbie, auf ein »Terrain des unzweifelhaft und beruhigend Weiblichen« (ebd.: 95) beschränkt und erzeugen so neue Zwänge:

»In diesen Lichtkegeln werden Frauen dazu angehalten, aktiv die Produktion ihrer selbst zu verfolgen. Sie müssen zu gnadenlosen Richterinnen ihrer selbst werden. Die visuellen (und verbalen) Diskurse öffentlicher Weiblichkeit erobern sich zunehmend spektakuläre Räume in Form von Schauplätzen, Ereignissen, Narrativen und Veranstaltungen im Kulturbereich. Die Konsumsphäre produziert eine Ausweitung und Vervielfältigung von Anrufungen an junge Frauen – und bestraft, so scheint es, diejenigen, die diesen Anrufungen nicht nachkommen wollen oder können, härter denn je. In der Folge wird es zunehmend schwieriger, als weibliches Subjekt zu funktionieren, ohne sich den Selbsttechnologien zu unterwerfen, die für das spektakulär Weibliche konstitutiv sind.« (Ebd.: 95)

Dieses enge Normenkorsett für Frauen und Mädchen, das sich auch in den Befunden dieser Arbeit abbildet, findet sich in der feministischen Literatur häufig konkretisiert anhand von Analysen beruflicher Räume (vgl. Hollows 2000, Degele 2004, McRobbie 2010): Gerade in der männlich codierten Berufswelt unterliegen Frauen und Mädchen demnach einerseits dem Druck, nicht zu stark weiblich aufzutreten, um ernst genommen zu werden. Andererseits herrscht der Zwang, weibliche Verweise sichtbar zu machen, um nicht Gefahr zu laufen, vermännlicht gelesen zu werden. Als »power-dressing« fand diese Erscheinung in den 1970er und 80er Jahren erstmals ihren Weg in die Terminologie des öffentlichen Diskurses. Degele (2004) beschreibt das Spannungsfeld, das damit bedient wird, sehr prägnant: »Zusammengefasst soll das power-dressing also Sexualität reduzieren und dennoch Weiblichkeit erhalten. Genau dann aber geraten

9 Prokop/Stach (2012) kommen in ihrer Studie zu ähnlichen Ergebnissen und bezeichnen dies als »Abwertung des weiblichen Lebenszusammenhangs«.

10 Im feministischen Diskurs herrscht Uneinigkeit im Umgang mit Stereotypen des Weiblichen. Eine »Verdammung« dieser Stereotypisierungen wird partiell abgelehnt, da dies Devianz und Diskreditierung perpetuiert und/oder zum Verschwinden von weiblich Codiertem führen kann. Diese Debatte entlädt sich bspw. in der Debatte im Umgang mit der Farbe Pink (vgl. bspw. <https://maedchenmannschaft.net/pink-stinkt-nicht-ihr-lauchs/#more-52827>, Stand 15.2.2019).

Weiblichkeit und Professionalität in ein Dilemma. Es besteht darin, dass sich Frauen sowohl als begehrenswert wie auch als zurückhaltend inszenieren müssen« (ebd.: 148). McRobbie (2010) spitzt die Analyse noch zu, wenn sie für die Gegenwartsgesellschaft eine »postfeministische Maskerade« diagnostiziert, der sich Frauen – scheinbar selbst-gewählt – unterwerfen:

»Denjenigen Frauen, die sich in das Feld der Erwerbstätigkeit, der Berufstätigkeit und der Öffentlichkeit begeben haben, die bis dato als männliche Bereiche gekennzeichnet waren, stellt die Maskerade einen Habitus zur Verfügung. Die Maskerade verleugnet die phantasmatischen, mächtigen und kastrierenden Figuren der Lesbe und der Feministin, mit denen berufstätige Frauen sonst in einen Zusammenhang gebracht werden konnten. Sie befreit Frauen von der Bedrohung durch diese Figuren, indem sie das Schauspiel der Weiblichkeit triumphierend als Exzess reinszeniert (auf der Grundlage der finanziellen Unabhängigkeit durch Berufstätigkeit), und bestärkt gleichzeitig die hegemoniale Männlichkeit, indem sie diese öffentliche Weiblichkeit befürwortet, die die neue Macht, die Frauen aufgrund ihrer ökonomischen Teilhabe zukommt, unterminiert oder zumindest erschüttert.« (Ebd.: 101f.)

Aushandlungen im Kontext dieses Spannungsfeldes lassen sich auch in den Daten dieser Arbeit lesen: Bspw. thematisieren die Mädchen im Aneignungsmodus der Orientierungssuche für den Leistungsbereich in *Germany's Next Topmodel* marginalere Anforderungen an weibliche Chiffren qua Verkörperung von Werten und Selbstaufführung qua Verhalten¹¹. Auch in den Positionierungen zu eigenen Erfahrungsbezügen zeigt sich, dass bspw. für den öffentlichen Raum von Schule/Ausbildung weniger starke weibliche Chiffren für das Äußere als angemessen ausgehandelt werden als für andere öffentliche Räume. Vor dem Hintergrund der o. g. Ausführungen lässt sich hier ein Beleg für die traditionell männlich codierte Berufs-/Leistungssphäre lesen, die starke Verweise auf Weiblichkeit und die Verortung als sexuell-begehrenswertes Objekt nicht notwendig oder sogar nachteilig macht durch deren nicht-professionellen Konnotationen von Trivialität, Banalität, Oberflächlichkeit. Bemerkenswert in diesem Kontext erscheint, dass *Germany's Next Topmodel* wie auch deren Aneignung die Kandidatinnen offensichtlich kaum als sexualisiertes Beziehungsobjekt anruft (s. o.). Möglicherweise eben dadurch, dass die Vorzugslesart die Sendung als Leistungssphäre inszeniert, spielen männliche Medienfiguren als potenzielle Partner kaum eine Rolle. Damit erklärt sich auch, dass das männliche Fachpersonal häufig als a- bzw. homosexuell effiniert inszeniert und angeeignet wird.

Eine andere Deutung bewegt sich analog zur Interpretation der Nicht-Thematisierung des Äußeren als atheoretisch-normalisierte Wahrnehmung (siehe Kapitel 6.2.a). In dieser Perspektive lassen sich die marginalen Thematisierungen von weiblich-vergeschlechtlichten Verweisen vor dem speziellen Hintergrund der Situierung der Sendung

11 Im Vergleich der Einschreibungen der Mädchen im Orientierungs- und Unterhaltungsmodus deutet sich an: Für Schönheitspraxen, die sich auf Sichtbarkeiten des eigenen Äußeren beziehen, ist partiell die Betonung anderer Werte relevant, als in der Sichtbarmachung des disziplinierten Selbst qua Verhalten.

im Modelbereich lesen, der so stark weiblich codiert ist, dass keine weiteren vergeschlechtlichten Chiffren notwendig sind. Möglicherweise spiegeln die Daten auch eine Mischung beider Auslegungen wider und/oder unterschiedliche Affirmationen und Einschreibungen aufgrund von milieuspezifischen Hintergründen (s. o.). Eine Eruiierung dieses Bereichs, bspw. in Form von Untersuchungen zu Zusammenhängen medialer Inszenierungen und gesellschaftlicher Machtverhältnisse und Diskriminierungen, stellt insbesondere vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftspolitischer Diskussionen wie der #MeToo-Debatte ein virulentes Forschungsthema dar.

Im Kontext der vorangegangenen Ausführungen soll in Bezug auf Schönheitshandeln im Alltag der Mädchen und Frauen abschließend auf die Debatte verwiesen werden, ob körpergebundene Selbstbearbeitung selbstermächtigend (vgl. Maasen 2008, Davis 2008) ist oder vor allem normativ funktioniert (Degele 2004). Analog zum powerdressing lassen sich in diesem Zusammenhang Schönheitsoperationen – als quasi äußerster Rand im Spektrum des Körpermanagements – heranziehen, um die Debatte symptomatisch zu konturieren. Die Schönheitschirurgie¹² als Phänomen der zeitgenössischen Gesellschaft hat bezeichnenderweise eine große Resonanz in der Forschung gefunden. Die Inanspruchnahme von invasiven Eingriffen dient vielen AutorInnen als paradigmatisch für kontemporäre Transformationen: Hier zeigen sich demnach alle Erscheinungen der neoliberalen Gesellschaft wie in einem Brennpunkt – Vergeschlechtlichung, Responsabilisierung, Deregulierung, Käuflichkeit, Normierungen, Verschränkung von Selbst- und Fremdtechniken, Ermächtigung, Unterwerfung oder Herstellbarkeit des Körpers sind nur einige davon. In den Diskurs fließen medizinische, ethische, (körper-)soziologische, psychologische, philosophische, medienwissenschaftliche, sexualwissenschaftliche Perspektiven ein. Diskutiert wird dabei, ob Sich-schön-machen von Frauen freiwillig und nach individuellen Maßstäben geschieht und insofern in der Gegenwartsgesellschaft ein Instrument des Empowerment ist. Oder ob Schönheitspraxen geschlechtlich vermittelt als Doing Gender primär sozial gerahmt funktionieren, als struktureller Zwang, der der Herstellung »angemessener Weiblichkeit bezeugender Körper« (Gesing 2006: 219) dient, die »spektakulär weiblich« (McRobbie 2010: 95) sind, und hervorgebracht werden durch patriarchal-heteronormative Machtstrukturen. Mit Ersterem stellen Schönheitspraxen im Sinne des feministischen Anspruchs der 1980er Jahre »Mein Körper gehört mir« selbstgewählte Entscheidungen für Modifikationen des eigenen Aussehens dar, die legitimiert sind durch den Verweis auf Selbstbestimmung und individuelle Freiheit, die subjektiv empfundenem Makel, die dem eigenen Wohlbefinden und der Annäherung an das scheinbar eigene Idealbild, in dem die Identität zum Ausdruck kommt, im Weg stehen (vgl. Maasen 2008). Mit Letzterem dagegen

12 Die American Society of Plastic Surgeons trennt bezeichnenderweise zwischen der Rekonstruktiven Chirurgie, die zur Wiederherstellung von verloren gegangenen Funktionen des Körpers oder Fehlbildungen dient, sowie der Ästhetischen Chirurgie, formverändernde Eingriffe, deren Indikationen nicht medizinisch, sondern ausschließlich durch den Wunsch des Patienten bestimmt sind (vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Plastische_Chirurgie, Stand 26.2.2019). Die Grenzen der beiden Bereiche verwischen allerdings immer mehr. Die Definition dessen, was als Fehlbildung betrachtet wird, ist hochgradig historisch, kulturell und sozial bestimmt. So verengt sich die Varianz dessen, was als Abweichung vom Normalkörper gesehen wird beständig, wie auch das Leiden des Individuums daran.

treffen auf dem weiblichen Körper die gesellschaftliche Prägung in Form von Normalisierungstendenzen und Selbstsorge zusammen, mittels dem internalisierte Diskurse umgesetzt werden, was resultiert in selbstformierenden Verkörperungen. Die Befunde dieser Arbeit deuten darauf hin, dass letztere Auslegung zutrifft. Sich-schön-machen ist demnach eine Form der Selbstführung, die gesellschaftlich virulenten Imperativen folgt, bei denen es darum geht, die Gratwanderung scheinbar widersprüchlicher Werte von normal, angemessen, besonders, Anerkennung, Kompetenz, Erfolg, weiblich, natürlich, authentisch zu erfüllen¹³.

Ein spannendes und hochaktuelles Moment für Anschlussforschung in dieser Debatte sind die Diskurse um Selbstoptimierung und (Hyper-)Normalisierung (vgl. Davis 1994, Maasen 2008, Cuntz/Krause 2012). Selbstoptimierung ist, wie in Bezug auf die Foucaultsche Konzeption ausgeführt, seit einigen Jahren ein vielfach verwendeter Begriff, um den Zeitgeist der Gegenwartsgesellschaft zu beschreiben. Die theoretische Verortung wie auch Befunde dieser Arbeit sensibilisieren allerdings dafür, dass *Optimierung* streng genommen nicht präzise bezeichnet, was kontemporäre Subjekte antreibt in ihrer Selbstformierung und -führung. Denn im Mittelpunkt steht nicht die Optimierung im Sinne stetiger Verbesserung. Zwar geht es in der Selbstsorge darum, permanent an sich zu arbeiten und dies in der Selbstverkörperung sichtbar zu demonstrieren. Leistung ist essenzieller Teil der Repräsentation – zentral ist dabei jedoch nicht zwangsläufig das Moment der Verbesserung, sprich Optimierung. Relevant ist vielmehr die *Symbolisierung der Selbstbearbeitung und Herstellung von Normalisierung*. Sichtbar wird dies bspw. in einer Studie von Davis (1994), in der sie Interviews mit Frauen führte, die sich einer kosmetischen Operation unterzogen hatten. Zentrale Erkenntnis der Untersuchung ist, dass es den Frauen nicht primär um Optimierung geht, sondern dass sie der Wunsch antreibt, »normal«, »wie jede/r andere« zu sein (ebd.: 42). Davis leitet aus ihrer Studie ab, Modifikationen des Aussehens mittels plastischer Chirurgie als leibliche Identitätsarbeit zu fassen »anstatt sie als Schönheitspraxis zu betrachten« (ebd.). Angesichts der Befunde dieser Arbeit ist dieses »Anstatt«, ist diese Trennung zwischen invasiven Eingriffen als Arbeit am Selbst auf der einen Seite und Schönheitspraxen auf der anderen Seite, nicht präzise. Denn wie es auch in der aktuellen körpersoziologischen Forschung Konsens ist, ist jede Art von Schönheitshandeln nie »nur« eine Bearbeitung des Äußeren. Sei es kosmetische Chirurgie, sei es Schminken – alle diese Modifikationen stellen letztendlich ein Kontinuum dar an Handlungen, die zwar das Aussehen bearbeiten, aber nichtsdestotrotz die Identität und das Selbst betreffen (vgl. Villa 2008a). Um die »Ernsthaftigkeit des Leidens konkreter Frauen anzuerkennen und zu verstehen« (Davis 2008: 42), braucht man sich demnach nicht auf ein (derzeitiges) Höchstmaß an Selbsttechnologien – die invasiv-somatischen – zu fokussieren; man

13 Einen Ansatz zur Überwindung der Ambivalenzen der beiden angeführten Auslegungen, mit dem Unterwerfung wie auch Ermächtigung gedacht werden kann und sogar in ihrer Gleichzeitigkeit als besonders erlebt werden, sucht Maasen (2008). Denn die Autorin sieht das anziehende Moment gerade in der Gleichzeitigkeit von (unreflektierter) Unterwerfung und selbstermächtigenden Gestaltungsmöglichkeiten in den »Ambivalenzen ästhetischer Selbstregierung«, da »jede Praxis in unterschiedlich ambivalenten Verhältnissen disziplinierende und ästhetisch-existentielle Momente enthält.« (Ebd.: 115)

kann jede Form von aussehensbezogener (Selbst)Arbeit betrachten, um Normen, Normalisierungen und Machtverhältnisse nachzuvollziehen.

Vor allem in der feministischen Literatur, Geschlechterforschung und (Körper-)Soziologie finden sich Erklärungsansätze, die diese Zwänge interpretieren im Radius patriarchaler Strukturen (vgl. bspw. Degele 2004, McRobbie 2010). Bspw. diagnostiziert Wolf (1990) einen *Mythos Schönheit*, der als strukturelles (post-)modernes Mittel zur sozialen Kontrolle von Frauen dient. McRobbie (2010) bezeichnet in Rückgriff auf Lacans Konzept das »Symbolische« als »Grundlage der patriarchalen Autorität« bzw. »Herrschaft des Phallozentrismus« (ebd.: 96), das seine Kontrolle strategisch und operativ »konzessioniert« (ebd.: 97), indem es sie auf den globalen Mode- und Schönheitskomplex überträgt. Degele (2004) resümiert in ihrer Studie die männliche Attraktivitätserwartung¹⁴ als Maßstab für weibliche aussehensbezogene Selbsttechniken, die sie als Macht über Frauen analysiert, die in leidvollem Selbsterleben von Mädchen und Frauen resultiert:

»Wenn Normen als Zwänge erfahren werden, die vor allem bei Frauen bis zur Blockierung von Selbstvertrauen, Sicherheit und einem entspannten Selbstverhältnis durchschlagen, ist Macht, Herrschaft und Unterdrückung im Spiel. Schönheitsnormen und -zwänge sind auf der oberflächlichen Ebene wechselnder Moden nicht angemessen zu verhandeln, sondern berühren tiefere Schichten der Ausbildung von Identität und Geschlecht.« (Ebd.: 173)

Auch Penz (2010) kommt in seiner Untersuchung zu einem ähnlichen Schluss: »Mit einem Wort, seit dem Beginn der bürgerlichen Gesellschaft ist die Schönheit weiblich und ein kulturelles Konstrukt, das auf das Machtungleichgewicht zwischen den Geschlechtern verweist.« (Ebd.: 14) Andere Ansätze, die weniger auf Machtungleichgewicht und Gender Gap fokussieren, sind die des Normalismus bzw. der (Hyper-)Normalisierung (vgl. Link 2006, Cuntz/Krause 2012).

In den Befunden dieser Arbeit deuten sich in Bezug auf das Aussehen gesellschaftliche Machthierarchien an, die Frauen diskriminieren. Neben der geschilderten Abwertung von weiblichen Chiffren zeigt sich bspw., dass die Befragten für das Äußere von Frauen und Mädchen umfassendere und umfangreichere Schönheitspraktiken als normalisiert ansehen als für Männer. Ob sich allerdings Diskurse zeigen, die Weiblichkeit im heteronormativen, binären Raum einordnen, in dem Weiblichkeit verknüpft ist mit Begehrtswertsein für den männlichen Blick oder gesellschaftlichen Normalisierungen, die unabhängig sind von Patriarchat, ist nicht Gegenstand der Arbeit. Auch hier lassen sich fruchtbare Anschlussforschungen denken, die strukturelle Machtverhältnisse auf der Mikroebene der Einschreibungen von Subjekten untersuchen.

c) Kritik- und Medienkompetenz

In den Befunden zeigen sich neben den beschriebenen Distanzierungsstrategien unterschiedliche Formen der kritischen Auseinandersetzung der Befragten mit der Sendung ebenso wie mit aussehensbezogenen Normalisierungen. Als bemerkenswert zeichnet

14 In der Filmtheorie beschreibt Mulvey (1989) dieses Phänomen mit dem Konzept des *male gaze*.

sich ab, dass die kritischen Äußerungen und Reflexionen der Jugendlichen zur Sendung i. d. R. beschränkt bleiben auf den jeweiligen einzelnen Bereich, für den sie die Kritik verbalisieren. Im sonstigen Verlauf der Gruppendiskussionen – dies zeigt die Auswertung im Intragruppenvergleich – aktualisieren die Befragten ihre Kritik und Infragestellungen offensichtlich nicht, sondern führen ihre Aushandlungen wie davon losgelöst. In diesem Bereich wären Forschungen produktiv. Ein besonderer Fokus der Mädchen – sowohl im Hinblick auf Kritik wie auch allgemein – liegt wie ausgeführt auf Authentizität (auf das Verhalten der Personen bezogen) und Realismus (in Bezug auf die Darstellungen des Settings u. ä.) des Gezeigten. In den Befunden dieser Arbeit deutet sich an, dass das Verhalten der Kandidatinnen größtenteils als authentisch gewertet wird. Angezweifelt wird vor allem die Realistik/Glaubwürdigkeit der Sendung. Auch hier wären Anschlussforschungen wichtig und produktiv. Interessant wäre bspw. zu prüfen, ob Authentizität und Realismus generell eine »Währung« in der Medienaneignung darstellen (vgl. Hackenberg/Selg 2012) und ob die RezipientInnen tatsächlich zwischen beidem differenzieren.

In der Auswertung wird darüber hinaus sichtbar, dass die kritischen Auseinandersetzungen und Zweifel der Mädchen nicht – bzw. nur selten und in Ansätzen – zu einer Infragestellung der Sendung und deren Glaubwürdigkeit führen. Zu davon abweichenden Ergebnissen kommt Stehling (2015) in ihrer Studie. Sie konstatiert »brüchige Lesarten« im Kontext der Verhandlungen zum Erfolg der Kandidatinnen im Anschluss an die Sendung. Daraus entstehend erkennt Stehling bei den befragten Studentinnen generelle Rückschlüsse zur Glaubwürdigkeit von *Germany's Next Topmodel*: »Des Weiteren sehen auch die GNTM-Zuschauerinnen den Erfolg der Gewinnerinnen als nicht nachhaltig an und sprechen der Sendung somit einen nur geringen »Realitätswert« zu.« (Ebd.: 269) Auch stellt Stehling in ihrer Untersuchung häufiger das Auftreten von Kritik fest im Vergleich zu den Befunden dieser Arbeit. Diese zeigt sich zudem elaborierter, bspw. in Bezug auf Stereotypisierung oder Sexualisierung der weiblichen Medienfiguren. Diejenigen Variablen des Samples, die sich im Vergleich dieser Arbeit und der Untersuchung von Stehling unterscheiden, verweisen darauf, dass Alter und/oder Bildungsgrad der Befragten ursächlich für die Unterschiede in der Art der kritischen Aneignung sein könnten. Dies fügt sich stimmig ein in die ausgeführten Befunde dieser Arbeit, nämlich dass mit steigendem Alter offensichtlich die Involviertheit, Emotionalität und/oder Intensität in der Aneignung sinken. Wenn nun Bildungsnähe und/oder ein höheres Alter zu einem höheren Abstraktionsgrad befähigen und dazu, die Medieninhalte auf einer übergeordneten Ebene zu analysieren und infrage zu stellen, vermutlich gepaart mit größerer Genre- und Medienkompetenz, dann öffnet das möglicherweise Raum für Distanzierungen, Ablehnungen und Infragestellungen der Realistik der Sendung generell.

Die Differenzierung verschiedener Arten der Kritik, wie sie in der Befundung dieser Arbeit vorgenommen wird, zeigt, was für Möglichkeiten die Förderung von Medienkompetenz innehat. Die Existenz dessen, was als eigensinnige Kritik skizziert wird, bietet fruchtbares Potenzial für Forschungen, die sich bspw. damit beschäftigen, wie strukturelle Verhältnisse denk- und sichtbar gemacht werden können (vgl. Schaffer 2008b).

6.3 Verschiebungen von Normalisierungen – persönliche Reflexionen zu praktischen Folgen aus den Erkenntnissen der Arbeit

Die Passion für das Forschungsthema dieser Arbeit nahm ihren Anfang in der Magisterarbeit der Autorin. Die Magisterarbeit – verfasst 2006 im Fach Soziologie – beschäftigt sich mit der Mediensozialisation Jugendlicher mit dem Schwerpunkt auf der Rezeption weiblicher Medienfiguren im TV durch jugendliche Mädchen. Damals fiel bei der Sichtung der Forschungs- und Literaturlage ins Auge, wie peripher die Studien, die sich mit dem Äußeren weiblicher Medienfiguren beschäftigen, die Seite der Aneignenden einbeziehen. Im- oder explizit wird fast immer kultivierungshypothetisch perspektiviert und der Medieninhalt als konstituierend für dessen Aneignung zugrunde gelegt; selbst in Untersuchungen mit subjektorientierter Perspektive. Und auch noch aktuell scheint es in der Forschungslandschaft so, als ob ein blinder Fleck verhindert, den reziproken Konnex von Medien, Gesellschaft und Subjekten zu perspektivieren. Dem inhärent ist, was in der Gesellschaft erlebbar wird: Dass so gut wie alles, was klassischerweise an Medientexten problematisiert wird, gesellschaftlichen Normalisierungen/Normalitäten entspricht.

Damit soll erklärtermaßen keinesfalls die Rolle, die Medien in unserer Gesellschaft spielen, bagatellisiert werden. Es ist keinesfalls gemeint, dass Medien nicht auch weiterhin analysiert, problematisiert und kritisiert werden sollten, bspw. die permanente Sichtbarkeit, die quantitative Exposition, die meist selbstverständlich gesetzt und der Problematisierung entzogen ist und so Wissensordnungen festigen kann (vgl. Posch 2009, Krause 2014). Aber damit im Zusammenhang wäre die Etablierung einer Perspektive konstruktiv, die Medientexte daraufhin befragt, inwieweit sie eine Art konzentrierte Kristallisation sozial geteilter Diskurse, gesellschaftlicher Verhältnisse, also eines »dominanten kulturellen Bilderrepertoires« (Maier 2010: 216) sind. Sexualisierung von Frauen, der Umgang mit sich selbst als wäre man ein Projekt, das es stetig zu führen gilt, die Disziplinierung des Körpers, Einschreibungen in Leistungsimperative, die Bedeutung von anerkennender Sichtbarkeit – das sind nur einige der Erscheinungen, die sich in *Germany's Next Topmodel* finden lassen, aber ebenso in der Gesellschaft. Die Befragung der medialen Manifestationen hin auf deren Äquivalente in gesellschaftlich-strukturellen Machtverhältnissen, die solche Bilder gebiert und aus denen sich Narrationen speisen, wird viel zu häufig dethematisiert.

Vermutlich liegt dies daran, dass die gesellschaftlichen Normalisierungen so normal, die Alltäglichkeit, in der sie uns begegnen, so selbstverständlich erscheinen. Vielleicht gestatten die Medien eine Art Sündenbockfunktion, die es ermöglicht, in der Opferhaltung zu bleiben und die Verantwortung zu externalisieren. Machen wir es uns doch selbst ein wenig unbequemer: Wie wäre es, wenn wir künftig unsere Lebenswelten auf diejenigen Erscheinungen prüfen, die uns in den Medientexten negativ auffallen? Dies kann einer von vielen Wegen sein, um Normalisierungen zu verschieben.

Normalisierungen verschieben und Möglichkeitsfelder erweitern – warum überhaupt? Um die Freiheit zu vergrößern, sein zu können, wie wir sind oder sein wollen, um Undenkbarem und Unsagbarem Raum zu schaffen, Exklusionsprozesse sichtbar zu machen und zurückzudrängen, die Bedeutung des Ökonomischen, die inzwischen so viele Bereiche der Gesellschaft erfasst hat und sich in zunehmenden Versagensängs-

ten, einem steigendem defizitären Blick auf sich selbst oder Vereinsamung durch Konkurrenzdruck ausdrücken kann. Die genannten Felder erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sie generieren sich aus den persönlichen Betroffenheiten der Autorin: jeder/jedem fallen hier vermutlich eigene Themen ein. Butler (2000) schreibt dazu: »To gain critical distance on the world in its givenness, there is a demand for philosophy, the demand of criticality itself to refuse the given as the extend of the possible.« (Ebd.: 267)

Verschiedene Wege stehen offen, Normalisierungen zu verschieben. Zwei davon, die vor allem in ihrer Verknüpfung gedeihen, sollen an dieser Stelle »angedacht« werden: Erstens der Zugang zu Normalisierungen über das *Wissen*, also eine kognitiv-analytische Bewusstwerdung darüber, was für Diskurse wir hervorbringen, die uns gleichzeitig beherrschen. Und zweitens der Zugang zu Normalisierungen über die leibliche Erfahrung.

Der Zugang via analytisch-kognitive Reflexionen und Bewusstheit führt über die Erkenntnis hegemonialer Diskurse. Ein hilfreicher Weg ist bspw., sich zu sensibilisieren, was legitimierungswürdig ist in unserer Gesellschaft, weil das i. d. R. dem Devianten, Stigmatisierten entspricht: Nicht zu arbeiten, als Frau (partiell inzwischen auch als Mann) nicht auf sein Gewicht zu achten und keinen Wert auf aussehensgebundene Praxen zu legen, nicht nach Wachstum zu streben, psychisch oder körperlich beeinträchtigt zu sein, keine Kinder zu haben, keinen Spaß an Sexualität zu haben, nicht eindeutig sichtbar weiblich oder männlich zu sein, nicht hellhäutig zu sein, nicht in einer Beziehung zu sein, Schwäche und Verletzlichkeit zu zeigen ...

Anhand des weiblichen Äußeren lässt sich paradigmatisch skizzieren, was für Potenzial der Erkenntnis innewohnt: Was in den Befunden dieser Arbeit sehr deutlich wird, ist, dass das (selbstergestellte) Aussehen nicht nur Äußerlichkeit ist, sondern als *Repräsentation des Selbst* eng verknüpft mit Identität und untrennbar verbunden mit hegemonialen Diskursen, gesellschaftlichen Machtgefügen, die Selbsthervorbringung als imperativ – für fast alle Kontexte – erfordern. Medial sowie analog wird der (weibliche) Körper als zu kontrollierendes und optimierendes Arbeitsinstrument betrachtet, das konkurrenzial eingesetzt wird als Mittel der Selbstverwirklichung und Selbstdarstellung, angepasst an die diffizilen normalisierten Ansprüche pluralisiert-differenzierter Lebenswelten. Ans Licht tritt hier die instrumentelle und verdinglichende Haltung zum eigenen Äußeren und Körper als stets zu kontrollierendes Objekt und Projekt. Treffend problematisiert Stach (2013): »Für den Körper als ein Zuhause und als ein Ort zweckfreier, eigenwilliger Sinnlichkeit gibt es keine Symbole.« (Ebd.: 133) Und auch keine Worte, ließe sich ergänzen. Auf der Basis dieses Bewusstseins entsteht der Raum für Reflexionen und Diskussionen der existierenden Zwänge für Frauen, die historisch-kulturell bedingt nach wie vor Gültigkeit besitzen. (Diese Forderung trifft selbstredend ebenso zu auf weitere macht-lose und strukturell benachteiligte Gruppen.) Praktisch umsetzen ließe sich das u. a. über weitere Forschungen in dem Bereich oder eine Beschäftigung mit Normalisierungen in der (niedrigschwelligen) pädagogischen Praxis, bspw. indem die Debatten rund um Zwänge der aussehensbezogenen Selbstsorge speziell für Mädchen und Frauen und das Befragen von (Schönheits-)Idealen auf implizite Machtverhältnisse (weiter) gestärkt werden in Bildungseinrichtungen, der Kinder- und Jugendarbeit und der öffentlichen Diskussion. Und mit der stetig steigenden Verflech-

tung der Online-Medien in unser aller Alltag ist natürlich weiterhin die Stärkung von Medienkompetenz von hoher Bedeutung. Denn auch hier lassen sich Normalisierungen finden, bspw. können wir uns fragen, warum wir die Momente, in denen wir zur Passivität gezwungen sind – Momente des Leerlaufs etwa beim Warten an der Supermarktkasse – nicht mehr mit Leere, Langeweile, „Zeitverlieren“ füllen mögen und stattdessen zum Smartphone greifen. Ist auch hier Leistungsideologie und der Mechanismus am Werk, unsere Zeit möglichst sinnvoll nutzen zu wollen?

Der zweite, ergänzende Zugang ist die leibliche Erfahrung. Dabei geht es darum, unsere leibliche Ebene zu stärken, indem wir (wieder) lernen, (auf) unseren Leib zu achten, statt unseren Körper zu kontrollieren (vgl. Plessner 1970). Bspw. indem wir unsere Gefühle und Empfindungen, unsere sinnlichen Erfahrungen, unser Erleben und Spüren in den Mittelpunkt stellen. Mit dem Trendthema Achtsamkeit hat dieser Zugang in den letzten Jahren bereits Einzug gehalten in die Gesellschaft¹⁵. Auch die Sexualtherapie weist in diese Richtung, wenn sie seit einigen Jahren in der Öffentlichkeit zunehmend hervorhebt, wie wichtig es ist, Sexualität wieder als ganzkörperliches (bzw. genaugenommen ganzleibliches) Erleben zu erleben. Und auch die Behandlung von Gefühlsblindheit weist in eine ähnliche Richtung.

In der Beforschung der leiblichen Dimension als Weg zur Veränderung von Normalitäten sind exemplarisch Alkemeyer und Villa hervorzuheben (Alkemeyer/Villa 2010, Villa 2013a), die Empfindungen und Widerständigkeiten auf körperlicher Ebene als Wegweiser untersuchen. Alkemeyer/Villa (2010) zeigen die »partielle Unverfügbarkeit« leiblicher Praxen (ebd.: 330) auf und deren Potenzial, a-normalisierte Subjektivierung hervorzubringen und darüber potenziell (Er)Neuerung. So etwa analysieren sie leibliche Praxen auf affektiv-somatische Reibungen, die auf »Kollisionen mit einem bereits erworbenen und verkörperten Erfahrungswissen« (Alkemeyer/Villa 2010: 331) hindeuten können. Denn die individuell-vereinzelten Akte haben in der Wiederholung und Vergemeinschaftung das Potenzial machtvoll-transformativ zu werden.

Außerhalb des Machtfeldes kann sich mit Foucault niemand bewegen. Aber Verschiebungen von Normalisierungen/Normalität sind möglich, da wir selbst diese herstellen. In jeder Handlung entsteht dieses Potenzial: Wir beziehen uns auf das empirisch Vorfindbare – resignifizieren dieses oder wandeln es ab. »Im Zwischenraum von zitierender Aufführung und der Fiktion eines Originals als Idealität lassen sich dann jene subversiven Praktiken ausmachen, die die Verschiebungen von Normalitätshorizonten denkbar werden lassen.« (Schröder/Wrana 2015: 21) So kann jede/r Einzelne den Raum für Veränderung schaffen, in jeder Handlung, jeder Interaktion liegt das Potenzial für Verschiebungen von Normalitätsfeldern.

15 Allerdings insofern bereits wieder »korrumpiert«, usurpiert vom Kapitalismus (vgl. van Dyk 2009), als dass Achtsamkeit als Technik für höhere Leistungsfähigkeit benutzt wird.

Literaturverzeichnis

- Abels, Heinz (2009): Einführung in die Soziologie. Band 2: Die Individuen in ihrer Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Adolf, Marian (2015): Individualisierung. In: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Lingenberg, Swantje/Wimmer, Jeffrey (Hg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: Springer VS, S. 407-415.
- Alkemeyer, Thomas/Villa, Paula-Irene (2010): Somatischer Eigensinn? Kritische Anmerkungen zu Diskurs- und Gouvernementalitätsforschung aus subjektivationstheoretischer und praxeologischer Perspektive. In: Angermüller, Johannes/van Dyk, Silke (Hg.): Diskursanalyse meets Gouvernementalitätsforschung: Perspektiven auf das Verhältnis von Subjekt, Sprache, Macht und Wissen. Frankfurt a.M./New York: Campus Verlag, S. 315-335.
- Allen, Kim/Mendick, Heather (2012): Keeping it Real? Social Class, Young People and ›Authenticity‹ in Reality TV. In: Sociology 47/3, S. 460-476.
- Alpar, Paul/Blaschke, Steffen (2008): Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden: Vieweg + Teubner.
- Ang, Ien: Watching Dallas (1989): Soap Opera and the Melodramatic Imagination. New York: Routledge.
- Angerer, Marie-Luise (2000): body options: körper.spuren.medien.bilder. Wien: Turia und Kant.
- Antoni-Komar, Irene (2001): Körper-Konstruktionen. In: Dies. (Hg.): Moderne Körperlichkeit. Körper als Orte ästhetischer Erfahrung. Stuttgart/Bremen: dbv Verlag GmbH.
- Antoni-Komar, Irene (2012): Die kulturelle Modellierung des Körpers – Empirische Befunde und theoretische Positionen. In: Filter, Dagmar/Reich, Jana (Hg.): »Bei mir bist Du schön...« Kritische Reflexionen über Konzepte von Schönheit und Körperlichkeit. Pfaffenweiler: Centaurus Verlag, S. 219-237.
- Astheimer, Jan/Neumann-Braun, Klaus/Schmidt, Axel (2010): MyFace: Die Portraitfotografie im Social Web. In: Neumann-Braun, Klaus/Autenrieth, Ulla P. (Hg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden: Nomos, S. 79-122.

- Aust, Robert/Völcker, Matthias (2018): Theoretische Sensibilität: das Verhältnis von Theorie und Empirie in intermethodologischer Perspektive. In: Maier, Maja S./Kessler, Catharina I./Deppe, Ulrike/Wergin, Anca Leuthold/Sandring, Sabine (Hg.): Qualitative Bildungsforschung. Methodische und methodologische Herausforderungen in der Forschungspraxis. Wiesbaden: Springer VS, S. 133-149.
- Bartsch, Miriam/Subrahmanyam, Kaveri (2015): Technology and Self-Presentation: Impression Management Online. In: Rosen, Larry D./Cheever, Nancy A./Carrier, L. Mark (Hg.): The Wiley Handbook of Psychology, Technology and Society. New York: John Wiley & Sons, S. 339-357.
- Barthelmes, Jürgen/Sander, Ekkehard (1997): Medien in Familie und Peer-Group: Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-Jährige. München: DJI-Verlag.
- Bauman, Zygmunt (1995): Ansichten der Postmoderne. Hamburg: Argument Verlag.
- Baur, Nina/Blasius, Jörg (2014): Methoden der empirischen Sozialforschung. In: Dies. (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 41-62.
- Beck, Ulrich (1997): Kinder der Freiheit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (2015): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich/Giddens, Anthony/Lash, Scott (1996): Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1993): Nicht Autonomie, sondern Bastelbiographie: Anmerkungen zur Individualisierungsdiskussion am Beispiel des Aufsatzes von Günter Burkart. In: Zeitschrift für Soziologie 22/3, S. 178-187.
- Bell-Jordan, Katrina E. (2008): Black. White. and a Survivor of The Real World: Constructions of Race on Reality TV. In: Critical Studies in Media Communication 25, S. 353-372.
- Bente, Gary/Fromm, Bettina (1997): Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Berel, Susan/Irving, Lori M. (1998): Media and Disturbed Eating: An Analysis of Media Influence and Implications for Prevention. In: The Journal of Primary Prevention 18(4), S. 415-430.
- Bieger, Laura (2008): Schöne Körper, hungriges Selbst – Über die moderne Wunschökonomie der Anerkennung. In: Annette Geiger (Hg.): Der schöne Körper. Mode und Kosmetik in Kunst und Gesellschaft. Köln/Weimar/Wien: Böhlau Verlag, S. 53-68.
- Bilden, Helga (1997): Das Individuum – ein dynamisches System vielfältiger Teil-Selbste. In: Keupp, Heiner/Höfer, Renate (Hg.): Identitätsarbeit heute – Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 227-250.
- Bilden, Helga/Dausien, Bettina (2006): Sozialisation und Geschlecht – Einleitung in eine vielstimmige Diskussion. In: Dies. (Hg.): Sozialisation und Geschlecht. Theoretische und methodologische Aspekte. Opladen/Berlin/Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 7-17.
- Birnbacher, Dieter (2013): Analytische Einführung in die Ethik. Berlin, Boston: De Gruyter.
- Bischof, Andreas/Wohlrab-Sahr, Monika (2017): Theorieorientiertes Kodieren, kein Containern von Inhalten! Methodologische Überlegungen am Beispiel jugendlicher

- Facebook-Nutzung. In: Pentzold, Christian/Bischof, Andreas/Heise, Nele (Hg.): *Praxis Grounded Theory: Theoriegenerierendes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten*. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Wiesbaden: Springer VS, S. 73-101.
- Bleicher, Joan Kristin (2013): *Alte Rollenbilder im Neuen Fernsehen. Aspekte der Genderperformanz in Reality Formaten*. In: Loist, Skadi/Kannengießer, Sigrid/Bleicher, Joan Kristin (Hg.): *Sexy Media? Gender/Queertheoretische Analysen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 47-68.
- Böhnisch, Lothar/Schröer, Wolfgang/Thiersch, Hans (2005): *Sozialpädagogisches Denken – Wege zu einer Neubestimmung*. Weinheim/München: Juventa Verlag.
- Bohnsack, Ralf (2005): Gruppendiskussion. In: Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.): *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 369-384.
- Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Konstanz: UVK.
- Bonfadelli, Heinz/Bucher, Priska/Hanetseder, Christa/Hermann, Thomas/Ideli, Mustafa/Moser, Heinz (2008): *Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2003): *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. Berlin/Heidelberg/New York: Springer-Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1987): *Die feinen Unterschiede – Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Brandes, Holger/Andrä, Markus/Röseler, Wenke/Schneider-Andrich, Petra (2016): *Macht das Geschlecht einen Unterschied? Ergebnisse der »Tandem-Studie« zu professionellem Erziehungsverhalten von Frauen und Männern*. Opladen/Berlin/Toronto: Verlag Barbara Budrich.
- Branner, Rebecca (2003): *Scherzkommunikation unter Mädchen – Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung*. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Brenton, Sam/Cohen, Reuben (2003): *Shooting People: Adventures in Reality TV*. London/New York: Verso.
- Bröckling, Ullrich (2007): *Das unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Brosius, Hans-Bernd/Haas, Alexander/Koschel, Friederike (2012): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brüsemeister, Thomas (2008): *Qualitative Forschung. Ein Überblick*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Publitz, Hannelore (2014): Soziologie. In: Kammler Clemens, Parr Rolf, Schneider Ulrich Johannes, Reinhardt-Becker Elke (Hg.): *Foucault-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*. Stuttgart: J.B. Metzler, S. 385-395.
- Budde, Jürgen (2010): Casting-Shows als Gender-Bühne?! In: Luca, Renate/Decke-Cornill, Helene (Hg.): *Jugend – Film – Gender. Medienpädagogische, bildungstheoretische und didaktische Perspektiven*. Stuttgart: ibidem-Verlag, S. 107-122.
- Bütow, Birgit/Kahl, Ramona/Stach, Anna (2013): Einleitung: Körper, Geschlecht, Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen. In: Dies. (Hg.): *Körper • Geschlecht • Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 7-22.

- Bührmann Andrea D./Diezinger, Angelika/Metz-Göckel Sigrid (2014): Sozialisation der Geschlechter: Von der Geschlechterdifferenz zur Dekonstruktion der Geschlechterdualität. In: Dies. (Hg.): Arbeit – Sozialisation – Sexualität. Lehrbuch zur sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 167-324.
- Burkhardt, Steffen (2011): Skandal, medialisierter Skandal, Medienskandal: Eine Typologie öffentlicher Empörung. In: Bulkow, Kristin/Petersen, Christer (Hg.): Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 131-155.
- Butler, Judith (1990): *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London/New York: Routledge.
- Butler, Judith (1993): *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of ›Sex‹*. London/New York: Routledge.
- Butler, Judith (2000): Dynamic Conclusions. In: Butler, Judith/Laclau, Ernesto/Žižek, Slavoj: *Contingency, Hegemony, Universality: Contemporary Dialogues on the Left*. London/New York: Verso, S. 263-281.
- Calmbach, Marc/Borgstedt, Silke/Borchard, Inga/Thomas, Peter Martin/Flaig, Berthold Bodo (2016): *Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Wiesbaden: Springer.
- Charlton, Michael/Neumann-Braun, Klaus (1992): *Medienkindheit – Medienjugend: Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*. Berlin: Quintessenz.
- Cooke-Jackson, Angela/Hanson, Elizabeth K. (2008): *Appalachian Culture and Reality TV: The Ethical Dilemma of Stereotyping Others*. In: *Journal of Mass Media Ethics* 28/3, S. 183-200.
- Cornelißen, Waltraud: *Klischee oder Leitbild? (1994): Geschlechtsspezifische Rezeption von Frauen- und Männerbilder im Fernsehen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Cuntz, Michael/Krause, Marcus (2012): (Hyper-)Normalisierung. In: Bartz, Christina/Jäger, Ludwig/Krause, Marcus/Linz, Erika (Hg.): *Handbuch Mediologie. Signaturen des Medialen*. München: Fink, S. 192-203.
- Davis, Kathy (1994): *Reshaping the Female Body: The Dilemma of Cosmetic Surgery*. London/New York: Routledge.
- Davis, Kathy (2003): *Dubious Equalities and Embodied Differences. Cultural Studies on Cosmetic Surgery*. Lanham/Boulder/New York/Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Decker, Jan-Oliver (2011): »Germany's Next Topmodel« – Initiation durch Domestikation. Zur Konzeption der Person in Castingshows. In: Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hg.): *Medien – Rituale – Jugend. Perspektiven auf Medienkommunikation im Alltag junger Menschen*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, S. 135-156.
- Deery, July (2015): *Reality TV (Key Concepts in Media and Cultural Studies)*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- Degele, Nina (2003): »Schön mache ich mich für mich.« Schönheitshandeln als erfolgsorientiertes Handeln. In: Allmendinger, Jutta (Hg.): *Entstaatlichung und soziale Sicherheit. Verhandlungen des 31. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Leipzig 2002, Teil 2*. Opladen: Leske + Budrich, S. 802-817.

- Degele, Nina (2004): *Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Degele, Nina/Dries, Christian (2005): *Modernisierungstheorie. Eine Einführung*. München: Fink.
- Douglas, Susan J. (2013): *The Turn Within: The Irony of Technology in a Globalized World*. In: Ouellette, Laurie: *The Media Studies Reader*. London/New York: Routledge, S. 93-105.
- Drüeke Ricarda (2015): *Rasse*. In: Hepp Andreas/Krotz Friedrich/Lingenberg Swantje, Wimmer Jeffrey (Hg.): *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Medien • Kultur • Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 305-311.
- Döring, Nicola (2013): *Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen*. In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 295-310.
- Döveling, Katrin (2011): *Casting Shows: Das Sammelbecken der Gefühle*. In: Ermert, Karl (Hg.): *Und noch mal mit Gefühl ... Die Rolle der Emotionen in Kultur und Kulturvermittlung*. Norderstedt: Books on Demand, S. 69-92.
- Dresing, Thorsten/Pehl, Thorsten (2011): *Praxisbuch Transkription. Regelsysteme, Software und praktische Anleitungen für qualitative ForscherInnen*. Marburg: Eigenverlag.
- Duden, Barbara (2002): *Die Gene im Kopf – der Fötus im Bauch. Historisches zum Frauenkörper*. Hannover: Offizin Verlag.
- Eckhorst, Kendra (2012): *Schöne, neue Feministinnen. Oder wie aus dem feministischen Kampf um Selbstbestimmung ein Recht auf Schönheit, auch für Feministinnen, wurde*. In: Filter, Dagmar/Reich, Jana (Hg.): *»Bei mir bist Du schön...« Kritische Reflexionen über Konzepte von Schönheit und Körperlichkeit*. Pfaffenweiler: Centaurus Verlag, S. 61-77.
- Elliott, Deni (2012): *Democracy and discourse: How reality TV fosters citizenship*. In: Wyatt, Wendy N./Bunton Kristie (Hg.): *The Ethics of Reality TV: A Philosophical Examination*. New York: Continuum, S. 143-158.
- Engel, Antje/Schuster, Nina (2007): *Die Denaturalisierung von Geschlecht und Sexualität. Queer/feministische Auseinandersetzungen mit Foucault*. In: Anhorn Roland/Bettinger Frank/Steher, Johannes (Hg.): *Foucaults Machtanalytik und Soziale Arbeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 135-153.
- Engemann, Christoph (2013): *Write me down, make me real – zur Gouvernemedialität digitaler Identität*. In: Passoth, Jan-Hendrik/Wehner, Josef (Hg.): *Quoten, Kurven und Profile – Zur Vermessung der sozialen Welt*. Wiesbaden: Springer VS, S. 205-227.
- Ensel, Angelica (2001): *Schönheitsoperation – Lösung oder Dilemma*. In: Antoni-Komar, Irene (Hg.): *Moderne Körperlichkeit. Körper als Orte ästhetischer Erfahrung*. Stuttgart/Bremen: dbv Verlag GmbH, S. 106-126.
- Erikson, Erik H. (1980): *Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Eser, Patrick (2005): *Foucaults Thesen zur Gouvernementalität. Anmerkungen zur Debatte*. In: *Z. Zeitschrift Marxistische Erneuerung* 62, S. 155-168.

- Faulstich, Werner (2002): Einführung in die Medienwissenschaft: Probleme, Methoden, Domänen. München: Fink.
- Fend, Helmut (2005): Entwicklungspsychologie des Jugendalters. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flick, Uwe (1999): Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Flick, Uwe (2005): Design und Prozess qualitativer Forschung. In: Flick, Uwe/von Kardoff, Ernst/Steinke, Ines: Qualitative Forschung: Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 252-265.
- Flick, Uwe/von Kardoff, Ernst/Steinke, Ines (2005): Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In: Dies. (Hg.): Qualitative Forschung: Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 13-20.
- Flügel, Anja Tasja (2007): Medien und die Konstruktion von Schönheitsidealen bei Jugendlichen – Das Beispiel »The Swan – Endlich schön!«. In: Döveling, Katrin/Mikos, Lothar/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung. Konstanz: UVK, S. 279-314.
- Förster, Yvonne (2019): Körperkonzepte im Spannungsfeld von alten Paradigmen und neuen Moden. In: Busche, Hubertus/Förster, Yvonne (Hg.): Mode als ein Prinzip der Moderne? Ein interdisziplinärer Erkundungsgang. S. 103-116.
- Foucault, Michel (1976): Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (1978): Ein Spiel um die Psychoanalyse. Gespräch mit Angehörigen des Département de Psychoanalyse der Universität Paris VIII in Vincenne. In: Ders.: Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve, S. 118-176.
- Foucault, Michel (1985): Freiheit und Selbstsorge. Gespräch mit Michel Foucault am 20. Januar 1984. In: Ders.: Freiheit und Selbstsorge. Freiheit und Selbstsorge. Interview 1984 und Vorlesung 1982. Frankfurt a.M.: Materialis-Verlag, S. 7-28.
- Foucault, Michel (1987): Das Subjekt und die Macht. In: Dreyfus, Hubert/Rabinow, Paul (Hg.): Michel Foucault. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 243-261.
- Foucault, Michel (1993): About the beginning of the Hermeneutics of the Self: Two Lectures at Dartmouth. In: Political Theory 21(2), S. 198-227.
- Foucault, Michel (1999): In Verteidigung der Gesellschaft: Vorlesungen am Collège de France (1975 – 76). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2005a): Analytik der Macht. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2005b): Subjekt und Macht. In: Ders.: Schriften in vier Bänden – Dits et Ecrits. Band IV 1980-1988. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 269-294.
- Foucault, Michel (2007): Ästhetik der Existenz – Schriften zur Lebenskunst. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2014a): Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Geschichte der Gouvernementalität I. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2014b): Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. München/Wien: Carl Hanser Verlag.
- Fraser, Nancy (2003): Soziale Gerechtigkeit im Zeitalter der Identitätspolitik. Umverteilung, Anerkennung und Beteiligung. In: Fraser, Nancy/Honneth, Axel (Hg.): *Umverteilung oder Anerkennung? Eine politisch-philosophische Kontroverse*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 13-128.
- Fritzsche, Bettina (2003): *Pop-Fans: Studie einer Mädchenkultur*. Opladen: Leske + Budrich.
- Fritzsche, Bettina (2007): Sozialisation und Geschlecht in der Medienkultur. In: Hoffmann, Dagmar, Mikos, Lothar (Hg.): *Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 167-184.
- Fromm, Bettina (1999): *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Konstanz: UVK.
- Fröhlich, Gerhard (1999): Habitus und Hexis – Die Einverleibung der Praxisstrukturen bei Pierre Bourdieu. In: Schwengel, Herrmann (Hg.): *Grenzenlose Gesellschaft?* Paffweiler: Centaurus Verlag, S. 100-102.
- Frölich, Jan/Lehmkuhl, Gerd (2018): Multitasking: Gewinn oder »Zeitfalle«? – Eine Übersicht zum medialen Multitasking bei Kindern und Jugendlichen. In: *Zeitschrift für Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie* 46, S. 1-13.
- Füller, Henning/Marquart, Nadine (2015): Gouvernamentalität in der humangeographischen Diskursforschung. In: Glasze, Georg/Mattisek, Annika (Hg.): *Handbuch Diskurs und Raum: Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 83-106.
- Geimer, Alexander (2011): Das Konzept der Aneignung in der qualitativen Rezeptionsforschung. Eine wissenssoziologische Präzisierung im Anschluss an die und in Abgrenzung von den Cultural Studies. In: *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 40, Heft 4, S. 191-207.
- Gerbaudo, Paolo (2012): *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- Gergen, Kenneth (1990): Die Konstruktion des Selbst im Zeitalter der Postmoderne. In: *Psychologische Rundschau* 41, S. 191-199.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Giddens, Anthony (1996): Leben in einer posttraditionalen Gesellschaft. In: Beck, Ulrich/Giddens, Anthony/Lash, Scott (Hg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 113-195.
- Glaser, Barney G./Strauss, Anselm L. (2009): *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Goffman, Erving (2003): *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Göttlich, Udo (2008): Aspekte der Alltagsdramatisierung in der Medienkultur: Produzierte Wirklichkeiten in mediensoziologischer Perspektive. In: Thomas, Tanja (Hg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 143-156.

- Götz, Maya (1999): Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz. München: KoPäd-Verlag.
- Götz, Maya (2002a): Geschlechterforschung und Medienpädagogik. Auf den Wegen zu einer geschlechterreflektierenden Medienpädagogik. In: Paus-Haase, Ingrid/Lampert, Claudia/Süss, Daniel (Hg.): Medienpädagogik in der der Kommunikationswissenschaft. Positionen, Perspektiven, Potenziale. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 115-129.
- Götz, Maja (2002b): Endlosgeschichten für Millionen: Ein kurzer Streifzug durch die internationale Soap-Forschung. In: Maya, Götz (Hg.): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München: kopaed, S. 17-29.
- Götz, Maja (2002c): Die Daily Soap als Begleiterin durch die weibliche Adoleszenz. In: Maya, Götz (Hg.): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München: kopaed, S. 303-318.
- Götz, Maya/Gather, Johanna (2012): Die Faszination »Castinghow« – Warum Kinder und Jugendliche Castingshows sehen. In: Hackenberg, Achim/Hajok, Daniel: Orientierung auf Augenhöhe? Der Blick junger Zuschauer auf die Castingshow-Kandidaten. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 87-100.
- Götz, Maya/Mendel, Caroline (2016): Germany's Next Topmodel. In: IZI & ANAD e. V. (Hg.): Warum seh' ich nicht so aus? Fernsehen im Kontext von Essstörungen. München: IZI, S. 80-145.
- Graf, Simon (2012): Natürlich! Schön normale Männer-Körper. Begehren, Fitness und Männlichkeit. In: Filter, Dagmar/Reich, Jana (Hg.): »Bei mir bist Du schön...« Kritische Reflexionen über Konzepte von Schönheit und Körperlichkeit. Pfaffenweiler: Centaurus Verlag, S. 239-258.
- Groesz, Lisa M./Levine, Michael P./Murnen, Sarah K. (2002): The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. In: International Journal of Eating Disorders 31, S. 1-16.
- Grogan, Sarah (1999): Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children. London: Routledge.
- Gugutzer, Robert (2002): Leib, Körper und Identität: Eine phänomenologisch-soziologische Untersuchung zur personalen Identität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gugutzer, Robert (2006): Der body turn in der Soziologie. Eine programmatische Einführung. In: Ders. (Hg.): body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports. Bielefeld: transcript Verlag, S. 9-54.
- Gugutzer, Robert (2012): Die Sakralisierung des Profanen Der Körperkult als individualisierte Sozialform des Religiösen. In: Gugutzer, Robert/Böttcher, Moritz (Hg.): Körper, Sport und Religion. Zur Soziologie religiöser Verkörperungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 285-308.
- Gugutzer, Robert (2013): Soziologie des Körpers. Bielefeld: transcript Verlag.
- Hacke, Sebastian (2016): Medienaneignung von Jugendlichen aus deutschen und türkischen Familien: Eine qualitativ-rekonstruktive Studie. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag.

- Hackenberg, Achim/Hajok, Daniel/Selg, Olaf (2011): Orientierung auf Augenhöhe. Nutzung und Aneignung von Castingshows durch Heranwachsende. In: JMS-Report, Heft 1/2011, S. 2-7.
- Hackenberg, Achim/Hajok, Daniel (2012): Orientierung auf Augenhöhe? Der Blick junger Zuschauer auf die Castingshow-Kandidaten. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 115-130.
- Hagemann-White, Carol (1984): Sozialisation: Weiblich – männlich? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hager, Willi/Hasselhorn Marcus (1994) (Hg.): Handbuch deutschsprachiger Wortnormen. Göttingen: Hogrefe.
- Hajok, Daniel/Selg, Olaf (2012): Bohlens Sprüche, Klums Tipps – Der Umgang Heranwachsender mit Castingshow-Jurys. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 101-114.
- Hajok, Daniel/Lejeune, Robert (2014): Gefahrenbewusstsein und Perspektive Jugendlicher auf den Jugendmedienschutz in Onlinemedien. In: JMS Jugend Medien Schutz-Report, Jahrgang 37, Heft 1, S. 2-6.
- Hall, Stuart (1980): Encoding/decoding. In: Hall, Stuart/Hobson, Dorothy/Lowe, Andrew/Willis, Paul (Hg.): Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79. London: Hutchinson.
- Hall, Stuart (1994): Rassismus und kulturelle Identität: Ausgewählte Schriften 2. Hamburg: Argument Verlag.
- Hälterlein, Jens (2015): Die Regierung des Konsums. Wiesbaden: Springer VS.
- Hämmerling, Christine (2017): Augmentierte Rezeptionsweisen von serialisierten Fernsehprodukten? Der Tatort im Second-Screen-Watching. In: Göttlich, Udo/Heinz, Luise, Herbers, Martin R. (Hg.): Ko-Orientierung in der Medienrezeption: Praktiken der Second Screen-Nutzung. Wiesbaden: Springer VS, S. 89-104.
- Hargreaves, Jennifer (1994): Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports. London/New York: Routledge.
- Hark, Sabine/Villa, Paula-Irene (2010): Ambivalenzen der Sichtbarkeit – Einleitung zur deutschen Ausgabe. In: McRobbie, Angela: Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Herausgegeben von: Sabine Hark und Paula-Irene Villa. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 7-16.
- Harris, Anita (2004): Future Girl: Young Women in the Twenty-first Century. London/New York: Routledge.
- Harrison, Kristen (2003): Television Viewers' Ideal Body Proportions: The Case of the Curvaceously Thin Woman. In: Sex Roles 48, S. 255-264.
- Hartmann-Tews, Ilse/Pfister, Gertrud (2003): Sport and Women: Social Issues in International Perspective. London: Routledge.
- Hauptert, Bernhard (2010): Adoleszenzkrise und Generationenverhältnis: Vom Verlust der Sorge um die Nachwachsenden. In: Hauptert, Bernhard/Schilling, Sigrid/Maurer, Susanne: Biografiearbeit und Biografieforschung in der Sozialen Arbeit. Beiträge zu einer rekonstruktiven Perspektive sozialer Professionen. Frankfurt a.M.: Peter Lang, S. 87-117.

- Heinze, Thomas (2001): *Qualitative Sozialforschung: Einführung, Methodologie und Forschungspraxis*. München/Wien/Oldenburg: Oldenburg Wissenschaftsverlag.
- Hepp, Andreas (1998): *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, Andreas (2014): Vergemeinschaftung. In: Wünsch, Casten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hg.): *Handbuch Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 361-375.
- Hill, Annette (2007): *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. Oxon/New York: Routledge.
- Hill, Annette (2015): *reality tv*. New York/London: New York University Press.
- Hodkinson, Paul (2017): *Media, Culture and Society: An Introduction*. London: SAGE.
- Hoffmann, Dagmar (2002): *Attraktion und Faszination Medien: Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung*. Münster: Lit.
- Hoffmann, Dagmar (2004): Zum produktiven Umgang von Kindern und Jugendlichen mit medialen Identifikationsangeboten. In: *merz Zeitschrift für Medienpädagogik* 6.04, S. 7-19.
- Hoffmann, Dagmar (2007): Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie. In: Hoffmann, Dagmar/Mikos, Lothar (Hg.): *Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-26.
- Hoffmann, Dagmar (2010): Sinnliche und leibhaftige Begegnungen – Körper(ästhetiken) in Gesellschaft und Film. In: Dies. (Hg.) *Körperästhetiken. Filmische Inszenierungen von Körperlichkeit*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 24-28.
- Hoffmann, Dagmar (2011): Mediatisierte Körper. Die Dominanz der Bilder und ihre Bedeutung für die Selbstakzeptanz des Körpers. In: Niekrenz, Yvonne/Witte, Matthias D. (Hg.): *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten*. Weinheim/München: Juventa Verlag, S. 191-207.
- Hoffmann-Riem, Christa (1984): *Das adoptierte Kind. Familienleben mit doppelter Elternschaft*. München: Fink.
- Höld, Regina (2009): Zur Transkription von Audiodaten. In: Buber, Renate/Holzmüller Hartmut H. (Hg.): *Qualitative Marktforschung*. Wiesbaden: Gabler, S. 657-669.
- Hollows, Joanne (2000): *Feminism, Femininity and Popular Culture*. Manchester: Manchester University Press.
- Holmes, Su/Jermyn, Deborah (Hg.) (2004): *Understanding Reality Television*. London/New York: Routledge.
- Holmstrom, Amanda J. (2004): The Effects of the Media on Body Image: A Meta-Analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 48, S. 196-218.
- Holtz-Bacha, Christine (2008): Die Darstellung von Politikerinnen in den deutschen Medien. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Köpl, Regina (Hg.): *Medien – Politik – Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 79-90.
- Höppner, Grit (2011): *Alt und schön. Geschlecht und Körperbilder im Kontext neoliberaler Gesellschaften*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hradil, Stefan (2009): Was prägt das Krankheitsrisiko: Schicht, Lage, Lebensstil? In: Richter, Matthias/Hurrelmann, Klaus (Hg.): *Gesundheitliche Ungleichheit: Grund-*

- lagen, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 33-52.
- Huber, Nadine/Meyen, Michael (2006): Medien im Alltag. Qualitative Studien zu Nutzungsmotiven und zur Bedeutung von Medienangeboten. Berlin: Lit Verlag.
- Hugger, Kai-Uwe (2010): Digitale Jugendkulturen: Eine Einleitung. In: Ders. (Hg.): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 7-20.
- Hunger Ina/Müller Johannes (2016): Barney G. Glaser/Anselm L. Strauss: The Discovery of Grounded Theory. In: Salzborn Samuel (Hg.): Klassiker der Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer VS, S. 259-262.
- Hurrelmann, Klaus (2002): Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim/Basel: Beltz.
- Hurrelmann, Klaus (2004): Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. Weinheim/München: Juventa Verlag.
- Hurrelmann, Klaus/Bauer, Ullrich/Grundmann, Matthias/Walper, Sabine (2008): Handbuch Sozialisationsforschung. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Hussy, Walter/Schreier, Margrit/Echterhoff, Gerald (2013): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin/Heidelberg/New York: Springer-Verlag.
- Jäckel, Michael/Derra, Julia/Eck, Cornelia (2009): SchönheitsAnsichten: Geschlechterbilder in Werbeanzeigen und ihre Bewertung. Baden-Baden: Nomos.
- Jäckle, Monika/Eck, Sandra/Schnell, Meta/Schneider, Kyra (2016): Subjektivierung von Mädchen und Jungen in der Schule. In: Dies. (Hg.): Doing Gender Discourse – Subjektivierung von Mädchen und Jungen in der Schule. Wiesbaden: Springer VS, S. 55-76.
- Jenkins, Henry: Buying into American Idol (2009): How We Are Being Sold on Reality Television. In: Ouellette, Laurie/Murray, Susan (Hg.): Reality TV: Remaking television culture. London/New York: New York University Press, S. 343-362.
- Kahl, Ramona (2013): Selbstverortung, Abgrenzung und Geschlechternormierung. Mediale Rezeptionsmuster in jugendlichen Gleichaltrigengruppen anhand des Manga Death Note. In: Bütow Birgit/Kahl, Ramona/Stach, Anna (Hg.): Körper • Geschlecht • Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen. Wiesbaden: Springer VS, S. 173-189.
- Kämpf, Heike (2011): Judith Butler. Die störende Wiederkehr des kulturell Verdrängten. In: Moebius, Stephan/Quadflieg, Dirk: Kultur. Theorien der Gegenwart. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 345-359.
- Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit. Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuchverlag.
- Keppler, Angela (2017): Gestaltete Wirklichkeiten. Zu einigen Besonderheiten des Reality-TV. In: Heinze, Carsten/Weber, Thomas (Hg.): Medienkulturen des Dokumentarischen. Wiesbaden: Springer VS, S. 237-252.
- Keupp, Heiner (1999): Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Klaus, Elisabeth (1998): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Klaus, Elisabeth (2008): Fernsehrefier Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens. In: Thomas, Tanja. (Hg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 157-174.
- Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Doku Soap. In: Medien & Kommunikation 51/2, S. 195-212.
- Klaus, Elisabeth/O'Connor, Barbara (2010): Aushandlungsprozesse im Alltag: Jugendliche Fans von Castingshows. In: Röser, Julia/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 195-212.
- Klein, Gabriele (2010): Soziologie des Körpers. In: Kneer, Georg, Schroer, Markus (Hg.): Handbuch Spezielle Soziologien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 457-47.
- Kleining, Gerhard (1995): Lehrbuch Entdeckende Sozialforschung. Band I: Von der Hermeneutik zur qualitativen Heuristik. Weinheim: Beltz PsychologieVerlagsUnion.
- Knüttel, Katharina (2011): Schöne schwarze Frau macht Karriere? In: Knüttel, Katharina/Seeliger, Martin (Hg.): Intersektionalität und Kulturindustrie. Zum Verhältnis sozialer Kategorien und kultureller Repräsentationen. Bielefeld: transcript, S. 131-160.
- König, Johannes/Wagner, Christine/Valtin, Renate (2011): Jugend – Schule – Zukunft. Psychosoziale Bedingungen der Persönlichkeitsentwicklungen. Ergebnisse der Längsschnittstudie AIDA. Münster/New York/München/Berlin: Waxmann.
- Kopp, Megan (2013): Reality Television. North Mankato: ABDO Publishing Company.
- Koppetsch, Cornelia (2000): Die Verkörperung des schönen Selbst. Zur Statusrelevanz von Attraktivität. In: Dies. (Hg.): Körper und Status. Zur Soziologie der Attraktivität. Konstanz: UVK, S. 99-124.
- Krappmann, Lothar (2000): Soziologische Dimensionen der Identität: Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Krappmann, Lothar (2016): Sozialisation in Interaktionen und Beziehungen unter Gleichaltrigen in der Schulklasse. In: Geulen, Dieter/Veith, Hermann (Hg.): Sozialisationstheorie interdisziplinär. Aktuelle Perspektiven. Berlin/New York: De Gruyter, S. 253-271.
- Kraszewski, Jon (2017): Reality TV. New York/Oxon: Routledge.
- Krause, Johannes (2014): Schönheitssoziologie – ein Überblick. In: Analyse & Kritik 01/2014, S. 153-175.
- Krotz, Friedrich (1996): Der symbolisch-interaktionistische Beitrag zur Untersuchung von Mediennutzung und -rezeption. In: Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich (Hg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden: Nomos, S. 52-75.
- Krotz, Friedrich (2003): Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel. In: Behmer, Markus/Krotz, Friedrich/Stöber, Rudolf/Winter, Carsten (Hg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 15-37.

- Küchenhoff, Erich (Hrsg) (1975): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen – eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kühn, Thomas/Koschel, Kay-Volker (2018): Gruppendiskussionen. Ein Praxis-Handbuch. Wiesbaden: Springer VS.
- Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Lautmann, Rüdiger (2015): Sexuelle Vielfalt oder ein Ende der Klassifikationen? In: Lewandowski, Sven/Koppetsch, Cornelia (Hg.): Sexuelle Vielfalt und die UnOrdnung der Geschlechter: Beiträge zur Soziologie der Sexualität. Bielefeld: transcript Verlag, S. 29-67.
- Lemke, Thomas (2001): Gouvernamentalität. In: Kleiner, Marcus S. (Hg.): Michel Foucault. Eine Einführung in sein Denken. Frankfurt a.M./New York: Campus Verlag, S. 108-123.
- Lemke, Thomas (2007): Gouvernamentalität und Biopolitik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lempert, Lora Bex (2010): Asking Questions of the Data: Memo Writing in the Grounded Theory Tradition. In: Bryant, Antony/Charmaz, Kathy (Hg.): The SAGE Handbook of Grounded Theory. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, S. 245-264.
- Lepa, Steffen (2010): Jenseits des Films: Kritisch-realistische Rekonstruktion von Filmverstehen und Filmreflexion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Link, Jürgen (2006): Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lippl, Bodo/Wohler, Ulrike (2011): »Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum« als Schule ästhetischen Auftretens. Unterhaltung und normative Strategie zur Durchsetzung eines Schönheitsideals. In: Hieber, Lutz (Hg.): Ästhetisierung des Sozialen. Reklame, Kunst und Politik im Zeitalter visueller Medien. Bielefeld: transcript Verlag, S. 227-260.
- Luca, Renate (2010a): Mediale Körperrepräsentationen und Rezeptionspraktiken des doing gender am Beispiel von »Germany's Next Topmodel«. In: Bauer, Petra/Hoffmann, Hannah/Mayrberger, Kerstin (Hg.): Fokus Medienpädagogik. Aktuelle Forschungs- und Handlungsfelder. München: kopaed, S. 208-221.
- Luca, Renate (2010b): Gender. In: Vollbrecht, Ralf, Wegener, Claudia (Hg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 357-363.
- Lücke, Stephanie (2002): Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV. Münster: Lit Verlag.
- Lüders, Jenny (2002): Bildung im Diskurs. Bildungstheoretische Anschlüsse an Michel Foucault. In: Pongratz, Ludwig A., Wimmer, Michael, Nieke, Wolfgang, Masschelein, Jan (Hg.): Nach Foucault. Diskurs- und machtanalytische Perspektiven der Pädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 50-69.
- Lünenborg, Margreth/Töpper, Claudia (2012): Skandalisierung in Castingshows und Coachingsendungen. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 179-192.

- Luhmann, Niklas (1975): Die Weltgesellschaft. In: Ders. (Hg.): Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Opladen: Leske + Budrich, S. 51-71.
- Luhmann, Niklas (2005): Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maasen, Sabine (2008): Bio-ästhetische Gouvernementalität – Schönheitschirurgie als Biopolitik. In: Villa, Paula-Irene (Hg.): schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst. Bielefeld: transcript Verlag, S. 99-118.
- Macha, Hildegard/Fahrenwald, Claudia (2003): Körper, Identität und Geschlecht zwischen Natur und Kultur. In: Dies. (Hg.): Körperbilder zwischen Natur und Kultur. Interdisziplinäre Beiträge zur Genderforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 15-41.
- Magder, Ted (2009): Television 2.0: The Business of American Television in Transition. In: Ouellette, Laurie/Murray, Susan (Hg.): Reality TV: Remaking television culture. London/New York: New York University Press, S. 141-164.
- Maier, Maja (2000): Milieuspezifische Verkörperungen von Weiblichkeit. Zur Symbolik des schwangeren Körpers. In: Koppetsch, Cornelia (Hg.): Körper und Status. Zur Soziologie der Attraktivität. Konstanz: UVK, S. 125-141.
- Maier, Tanja (2010): Das Alltägliche im Nicht-Alltäglichen. Geschlecht, Sexualität und Identität in »The L Word«. In: Röser, Julia/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 104-118.
- Mannheim, Karl (1980): Strukturen des Denkens. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Marci-Boehncke, Gudrun/Rath, Matthias (Hg.) (2007): Jugend – Werte – Medien: Die Studie. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Marschik, Matthias (2008): Verdoppelte Identitäten: Medien- und Werbebotschaften als Konstrukteure von Authentizität. In: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 299-309.
- Mayring, Philipp (Hg.) (1988): Die qualitative Wende. Ausgabe 32 von Augsburger Berichte zur Entwicklungspsychologie und pädagogischen Psychologie. Augsburg: Forschungsstelle für Pädagogische Psychologie und Entwicklungspsychologie.
- Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/Basel: Beltz.
- McMurria, John (2008): Desperate Citizens and Good Samaritans. Neoliberalism and Makeover Reality TV. In: Television & New Media 9/4, S. 305-332.
- McRobbie, Angela (1991): Feminism and youth culture: from »Jackie« to »Just seventeen«. New York: Routledge.
- McRobbie, Angela (2009): The aftermath of feminism: gender, culture and social change. London: SAGE Publications.
- McRobbie, Angela (2010): Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mead, George Herbert (1934): Mind, Self, and Society. Chicago: University of Chicago Press.
- Merta, Sabine (2008): Schlank! Ein Körperkult der Moderne. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

- Michel, Burkard (2010): Habitus und Lebensstil. In: Vollbrecht, Ralf, Wegener, Claudia (Hg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 75-84.
- Mikos, Lothar (2003): Aspekte mediatisierter Identität. Risiken öffentlicher Selbstdarstellung im Fernsehen. In: Winter, Carsten, Thomas, Tanja, Hepp, Andreas (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Halem, S. 309-327.
- Mikos, Lothar (2004): Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medien. In: Hoffmann, Dagmar, Merken, Hans (Hg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim/München: Juventa Verlag, S. 157-171.
- Morley, David (1992): Television, Audiences and Cultural Studies. New York: Routledge.
- Müller, Eggo (2011): Not only entertainment: Studien zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung. Köln: Halem.
- Mulvey, Laura (1989): Visual and Other Pleasures. Hampshire: Palgrave Macmillan UK.
- Niederbacher, Arne/Zimmermann, Peter (2011): Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Niesyto, Horst (2010): Soziale Ungleichheit. In: Vollbrecht, Ralf, Wegener, Claudia (Hg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 380-390.
- Oswald Hans (1997): Was heißt qualitativ forschen? In: Friebertshäuser Barbara/Prengel Annedore (Hg.): Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Weinheim/München: Juventa, S. 71-87.
- Ouellette, Laurie/Murray, Susan (Hg.) (2009): Reality TV: Remaking television culture. London/New York: New York University Press.
- Ouellette, Laurie (2016): Lifestyle TV. London/New York: Routledge.
- Ouellette, Laurie (2017): Dream Jobs: The Glamorization of Beauty Service Work in Media Culture. In: Elias, Ana Sofia/Gill, Rosalind/Scharff, Christina: Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism. Hampshire: Palgrave Macmillan UK, S. 183-198.
- Ouellette, Laurie/Murray, Susan (2009): Introduction. In: Dies. (Hg.): Reality TV: Remaking television culture. London/New York: New York University Press, S. 1-20.
- Ouellette, Laurie (Hg.) (2013): The Media Studies Reader. London/New York: Routledge.
- Ouellette, Laurie/Hay, James (2013): Makeover Television, Governmentality and the Good Citizen. In: Ouellette, Laurie (Hg.): The Media Studies Reader. London/New York: Routledge, S. 471-484.
- Osborne, Thomas (2004): Techniken und Subjekte. Von den »Governmentality Studies zu den Studies of Governmentality«. In: Reichert, Ramón (Hg.): Governmentality Studies. Analysen liberal-demokratischer Gesellschaften im Anschluss an Michel Foucault. Münster: Lit-Verlag, S. 12-16.
- Parsons, Talcott (1971): System of Modern Societies. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Patalas, Enno (1963): Die Sozialgeschichte der Stars. Hamburg: Marion von Schröder Verlag.

- Patton, Desmond Upton/McGregor, Kyle/Slutkin, Gary (2018): Youth Gun Violence Prevention in a Digital Age. In *Pediatrics*: 141/4, S. 1-5.
- Paus-Haase, Ingrid/Hasebrink, Uwe/Mattusch, Uwe/Keuneke, Susanne/Krotz, Friedrich (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amusement und Ablehnung. Opladen: Leske + Budrich.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2010): Schönheit im Fernsehen – ein medienpädagogisches Forschungs- und Handlungsfeld?! Kritische Überlegungen zur Beurteilung der Relevanz von Schönheit und Schönheitssendungen bei Heranwachsenden. In: Bauer, Petra/Hoffmann, Hannah/Mayrberger, Kerstin (Hg.): *Fokus Medienpädagogik. Aktuelle Forschungs- und Handlungsfelder*. München: kopaed, S. 191-207.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Bichler, Michelle (2008): *Mediensozialisationforschung. Theoretische Fundierung und Fallbeispiel benachteiligte Kinder*. Innsbruck: StudienVerlag.
- Penz, Otto (2010): *Schönheit als Praxis. Über klassen- und geschlechtsspezifische Körperlichkeit*. Frankfurt; New York: Campus Verlag.
- Plessner, Helmuth (1970): *Philosophische Anthropologie: Göttinger Vorlesung vom Sommersemester 1961*. Frankfurt: Fischer.
- Posch, Waltraud (2009): *Projekt Körper: Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt*. Frankfurt, New York: Campus Verlag.
- Poster, Mark (2008): Die Sorge um sich im Hyperrealen. In: *Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie* 17/1, S. 201-227.
- Prokop, Ulrike/Friese, Nina/Stach, Anna (2009): *Geiles Leben, falscher Glamour. Beschreibungen, Analysen, Kritiken zu Germany's Next Topmodel*. Marburg: Tectum Verlag.
- Prokop, Ulrike/Stach, Anna (2012): Neucodierung von Weiblichkeit in den Sendungen »Germany's Next Topmodel« und »Die Super Nanny«. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): *Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen*. Konstanz: UVK, S. 193-209.
- Pross, Harry (1972): *Medienforschung: Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt: Habel.
- Pullen, Christopher (2004): The Household, The Basement and The Real World. Gay identity in the constructed reality environment. In: Holmes, Su/Jermyn, Deborah (Hg.): *Understanding Reality Television*. London/New York: Routledge, S. 211-232.
- Rossmann, Constanze/Brosius, Hans-Bernd (2005): Vom hässlichen Entlein zum schönen Schwan? Zur Darstellung und Wirkung von Schönheitsoperationen im Fernsehen. In: *M&K* 4/2005, S. 507-532.
- Reckwitz, Andreas (2001): Der Identitätsdiskurs. Zum Bedeutungswandel einer sozialwissenschaftlichen Semantik. In: Rammert, Werner (Hg.): *Kollektive Identitäten und kulturelle Innovationen. Ethnologische, soziologische und historische Studien*. Leipziger Universitätsverl.: Leipzig, S. 21-38.
- Reckwitz, Andreas (2008a): *Subjekt*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Reckwitz, Andreas (2008b): *Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kulturosoziologie*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Reichert, Ramón (Hrsg) (2004): *Governmentality Studies. Analysen liberal-demokratischer Gesellschaften im Anschluss an Michel Foucault*. Münster: Lit-Verlag.

- Reichertz, Jo (2011): Die Medien als Akteure für mehr innere Sicherheit. In: Bidlo, Oliver/Englert, Carina Jasmin/Reichertz, Jo (Hg.): *Securitainment. Medien als Akteure der Inneren Sicherheit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-42.
- Reißmann, Wolfgang/Hoffmann, Dagmar (2017): »Eigentlich sollte jeder so sterben, wie ihn Gott erschaffen hat...« Fallstudien zum Verhältnis von Vergänglichkeit, Körpererleben und Schönheitshandeln im Lebensverlauf. In: Meuser, Michael/Keller, Reiner (Hg.): *Alter(n) und vergängliche Körper. Der alternde Körper in der Gegenwartsgesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS, S. 131-157.
- Rose, Lotte/Schorb, Friedrich (Hg.) (2017): *Fat Studies in Deutschland. Hohes Körpergewicht zwischen Diskriminierung und Anerkennung*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa.
- Röser, Jutta (2000): *Fernsehgewalt im gesellschaftlichen Kontext: Eine Cultural Studies-Analyse über Medienaneignung in Dominanzverhältnissen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Röser, Jutta/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hg.) (2010): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rothblum, Esther/Solovay, Sondra (Hg.) (2009): *The fat studies reader*. London/New York: New York University Press.
- Scarbath, Horst/Gorschenek, Margareta/Grell, Petra (1994): *Sexualität und Geschlechterrollenklischees im Privatfernsehen. Inhaltsanalytische Fallstudien*. Berlin: Vistas.
- Schaffer, Johanna (2008): *Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung*. Bielefeld: transcript.
- Schaufler, Birgit (2003): *Körperbiografien. Geschlecht und leib-körperliche Identität*. In: Macha, Hildegard/Fahrenwald, Claudia: *Körperbilder zwischen Natur und Kultur. Interdisziplinäre Beiträge zur Genderforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 83-99.
- Schäffer, Burkhard (2003): *Generationen – Medien – Bildung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schemer, Christian (2006): Die Medien als heimliche Verführer? Der Einfluss attraktiver Medienpersonen auf das Körperbild von Rezipientinnen und Rezipienten. In: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: *FORUM Sexualaufklärung und Familienplanung*, S. 12-15.
- Schimpf, Elke/Steher, Johannes (2018): Soziale Medien als Ressource und Arena jugendlicher Konfliktbewältigung. In: Steher, Johannes/Anhorn, Roland/Rathgeb, Kerstin (Hg.): *Konflikt als Verhältnis – Konflikt als Verhalten – Konflikt als Widerstand*. Wiesbaden: Springer VS, S. 55-82.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2012): Persönliche Öffentlichkeiten und informationelle Selbstbestimmung im Social Web. In: Schmidt, Jan-Hinrik/Weichert, Thilo (Hg.): *Datenschutz. Grundlagen, Entwicklungen und Kontroversen*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, S. 215-225.
- Schmuck, Beate (2008): »Was hässlich ist, muss operiert werden!« – Schönheitshandeln bei prä- und frühadoleszenten Mädchen und Jungen. In: Geiger, Annette (Hg.): *Der schöne Körper. Mode und Kosmetik in Kunst und Gesellschaft*. Köln/Weimar/Wien: Böhlau Verlag, S. 257-277.

- Scholz, Leander (2012): Anrufung. In: Bartz, Christina/Jäger, Ludwig/Krause, Marcus/Linz, Erika (Hg.): Handbuch der Mediologie. Signaturen des Medialen. München: Fink, S. 41-46.
- Schorb, Bernd (2005): Sozialisation. In: Hüther, Jürgen/Schorb, Bernd (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. München: kopaed, S. 381-389.
- Schorb, Bernd (2008): Handlungsorientierte Medienpädagogik. In: Sander, Uwe/Von Groß, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 75-86.
- Schorb, Bernd/Basic, Natasa/Theunert, Helga (1996): Bilder von Jugend. Ab(zieh)bilder. Wie Medien Jugendliche präsentieren. Eine Analyse von Print-, Hörfunk- und Fernsehprodukten. München: DJI-Verlag.
- Schwarz, Claudia (2007): »Der ist der Feschesteste« – Identitäts- und Geschlechtskonstruktionen in der Aneignung der österreichischen Casting-Show »Starmania«. In: Döveling, Katrin/Mikos, Lothar/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung. Konstanz: UVK, S. 155-177.
- Schweinitz, Jörg (2006): Film und Stereotyp: Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses. Berlin: Akademie Verlag.
- Scraton, Sheila/Flintoff, Anne (Hrsg.) (2002): Gender and Sport: A Reader. London/New York: Routledge.
- Seier, Andrea/Surma Hanna (2008): Schnitt-Stellen – Mediale Subjektivierungsprozesse in The Swan. In: Villa, Paula-Irene (Hg.): schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst. Bielefeld: transcript Verlag, S. 173-198.
- Seier, Andrea (2009): Mikropolitik des Fernsehens. Reality-TV als Regierung aus der Distanz. In: kultuRReVolution – Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie 55/56, S. 47-52.
- Selke, Stefan (2016): Ausweitung der Kampfzone. Rationale Diskriminierung durch Lifelogging und die neue Taxonomie des Sozialen. In: Ders. (Hg.): Lifelogging. Lifelogging: Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel. Wiesbaden: Springer VS, S. 53-71.
- Sender, Katherine (2014): Book Review: Reacting To Reality Television. In: Television & New Media Nr. 15/4. SAGE Publications, S. 387-390.
- Sennett, Richard (2000): Der flexible Mensch. München: btb Verlag.
- Sieber, Samuel (2011): Zur Politik medialer Dispositive. In: Elia-Borer, Nadja/Sieber, Samuel/Tholen, Georg Christoph (Hg.): Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien. Bielefeld: transcript Verlag, S. 295-310.
- Skeggs, Beverley/Wood, Helen (2012): Reacting to Reality Television: Performance, Audience and Value. London/New York: Routledge.
- Stach, Anna (2009): Exkurs: Schülerinnen und Schüler interpretieren Germany's Next Topmodel. In: Prokop, Ulrike/Friese, Nina/Stach, Anna: Geiles Leben, falscher Glamour. Beschreibungen, Analysen, Kritiken zu Germany's Next Topmodel. Marburg: Tectum Verlag, S. 159-188.
- Stach, Anna (Hg.) (2010): Von Ausreißern, Topmodels und Superstars: Soziale Ungleichheit und der Traum vom sozialen Aufstieg als Spielthemen in populären Fernsehformaten. Norderstedt: Books on Demand.

- Stach, Anna (2010): Einleitung. Tiefenhermeneutische Medienanalyse neuer Formate. In: Dies. (Hg.): Von Ausreißern, Topmodels und Superstars: Soziale Ungleichheit und der Traum vom sozialen Aufstieg als Spielthemen in populären Fernsehformaten. Norderstedt: Books on Demand, S. 7-19.
- Stach, Anna (2012): Männliche Selbstinszenierungen im Gespräch über Germany's Next Topmodel – Ergebnisse einer tiefenhermeneutischen Rezeptionsstudie mit Jugendlichen. In: Meike/Bilstein, Johannes/Tholen, Toni (Hg.): Erziehung, Bildung und Geschlecht. Männlichkeiten im Fokus der Gender-Studies. Wiesbaden: Springer VS, S. 191-204.
- Stach, Anna (2013): Einübung eines kritischen Blicks auf den weiblichen Körper – Die Sendung Germany's next Topmodel und ihre Bedeutung für die Körpersozialisierung junger Frauen und Männer. In: Bütow Birgit/Kahl, Ramona/Stach, Anna (Hg.): Körper • Geschlecht • Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen. Wiesbaden: Springer VS, S. 117-135.
- Stach, Anna/Lutz, Christiane (2010): Geschlechterdynamiken in der Rezeption der Casting-Show Germany's Next Topmodel. In: Stach, Anna (Hg.): Von Ausreißern, Topmodels und Superstars: Soziale Ungleichheit und der Traum vom sozialen Aufstieg als Spielthemen in populären Fernsehformaten. Norderstedt: Books on Demand, S. 172-185.
- Stanton, Alexis G./Jerald, Morgan C./Ward, L. Monique/Avery, Lanice R. (2017): Social Media Contributions to Strong Black Woman Ideal Endorsement and Black Women's Mental Health. In: *Psychology of Women Quarterly* 41:4, S. 465-478.
- Stauff, Markus (2005): »Das neue Fernsehen«. Machtanalyse, Gouvernementalität und digitale Medien. Münster. LIT Verlag.
- Stauff, Markus (2009): Medienanalyse und Gouvernementalitätsforschung. In: *kultuR-Revolution – Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie* 55/56, S. 68-72.
- Stehling, Miriam (2015): Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Wiesbaden: Springer VS.
- Stevens, Robin/Gilliard-Matthews, Stacia/Dunaev, Jamie/Woods, Marcus K/Brawner, Bridgette M (2017): The Digital Hood: Social Media Use among Youth in Disadvantaged Neighborhoods. In: *New Media & Society* 19:6, S. 950-967.
- Stockmeyer, Anne Christin (2004): Identität und Körper in der (post)modernen Gesellschaft: Zum Stellenwert der Körper/Leib-Thematik in Identitätstheorien. Marburg: Tectum-Verlag.
- Storrod, Michelle L./Densley James A. (2017): »Going viral« and »Going country«: the expressive and instrumental activities of street gangs on social media. In: *Journal of Youth Studies* 20:6, S. 677-696.
- Strachauer, Constance (2008): Deutschland sucht den Superstar. Castingshows im deutschen Fernsehen – Annäherung an ein Medienphänomen. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Strauss, Anselm L/Corbin, Juliet (2016): Criteria for Evaluation a Grounded Theory. In: Strauss, Anselm L: *Creating Sociological Awareness. Collective Images and Symbolic Representations*. New York: Routledge, S. 403-413.

- Stronski, Susanne M. (2018): Körperbild bei Mädchen und Jungen in der Pubertät. In: Stier, Bernhard/Weissenrieder, Nikolaus/Schwab, Karl Otfried: Jugendmedizin. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.
- Surma, Hanna: Gouvernamentalität und Fernsehen. Zum Verhältnis von Selbst- und Medientechnologien in Makeover-Shows. In: kultuRRevolution – Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie 55/56, 2009, S. 51-54.
- Schmidt, Petra (2017): Blog – Ästhetik – Arbeit. Ästhetisierungspraxen in einem Mütter-Lifestyleblog. In: Sutter, Ove/Flor, Valeska (Hg.): Ästhetisierung der Arbeit: Empirische Kulturanalysen des kognitiven Kapitalismus. Münster: Waxmann Verlag, S. 193-215.
- Tabti, Samira (2015): Hijab-Styles: Körperästhetische Figurationen sozialer Sichtbarkeit im Web 2.0. In: Hahn, Kornelia/Stempfhuber, Martin (Hg.) Präsenzen 2.0: Körperinszenierung in Medienkulturen. Wiesbaden: Springer VS, S. 43-56.
- Taddicken, Monika/Schmidt, Jan-Hinrik (2017): Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In: Dies.: Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer VS, S. 3-22.
- Thomas, Tanja (2007a): Showtime für das ›unternehmerische Selbst‹ – Reflexionen über Reality-TV als Vergesellschaftungsmodus. In: Mikos, Lothar/Hoffmann, Dagmar/Winter, Rainer (Hg.): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim/München: Juventa, S. 51-67.
- Thomas, Tanja (2007b): Leben nach Wahl? Zur medialen Inszenierung von Lebensführung und Anerkennung. In: Wischermann, Ulla/Thomas, Tanja: Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Wiesbaden: VS Verlag, S. 225-243.
- Thomas, Tanja (2008): Körperpraktiken und Selbsttechnologien in einer Medienkultur: Zur gesellschaftstheoretischen Fundierung aktueller Fernsehanalyse. In: Dies. (Hg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 219-237.
- Thomas, Tanja (2009): Michel Foucault: Diskurs, Macht und Subjekt. In: Hepp, Andreas, Krotz, Friedrich, Thomas, Tanja (Hg.): Schlüsselwerke der Cultural Studies. Wiesbaden: Springer VS, S. 58-71.
- Thomas, Tanja (2010): Wissensordnungen im Alltag: Offerten eines populären Genres. In: Röser, Julia/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 25-47.
- Thomas, Tanja (2012): Zwischen Konformität und Widerständigkeit: Populärkultur als Vergesellschaftungsmodus. In: Villa, Paula-Irene/Jäckel, Julia/Pfeiffer, Zara S./Sannitter, Nadine/Steckert, Ralf (Hg.): Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht. Wiesbaden: Springer VS, S. 211-228.
- Thomas, Tanja/Langemeyer, Ines (2007): Mediale Unterhaltungsangebote aus gesellschaftskritischer Perspektive. Von der Kritik an der Kulturindustrie zur Analyse der gegenwärtigen Gouvernamentalität. In: Winter, Rainer/Zuma, Peter V. (Hg.): Kritische Theorie heute. Bielefeld: transcript Verlag, S. 259-282.
- Thomas, Tanja/Stehling, Miriam (2012): »Germany's Next Topmodel« – Dilemmata und Ambivalenzen aus Sicht von Zuschauerinnen. In: Hackenberg, Achim/Hajok, Daniel: Orientierung auf Augenhöhe? Der Blick junger Zuschauer auf die Castingshow-

- Kandidaten. In: Hajok, Daniel/Selg, Olaf/Hackenberg, Achim (Hg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 161-177.
- Thompson, J. Kevin/Heinberg, Leslie J./Altabe, Madeline/Tantleff-Dunn, Stacey (1999): *Exacting beauty. Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. APA: Washington.
- Trost, Kai Erik (2013): Soziale Onlinenetze und die Mediatisierung der Freundschaft. Eine qualitative Studie zur Bedeutung von Facebook für das Freundschaftskonzept Jugendlicher. Baden-Baden: Nomos.
- Turner, Greame (2006): The mass production of celebrity. ›Celeroids‹, reality TV and the ›demotic turn‹. In: *International Journal of Cultural Studies* 9/2, S. 153-165.
- van Dyk, Silke (2009): Gegenstrategien als (neue) Systemressource des Kapitalismus? Zur Problematisierung einer populären Zeitdiagnose. In: *Prokla* 157, S. 663-680.
- Villa, Paula-Irene (2008a): Einleitung – Wider die Rede von Äußerlichem. In: Dies. (Hg.): *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 7-20.
- Villa, Paula-Irene (2008b): Körper. In: Baur Nina/Korte, Hermann/Löw, Martina/Schroer, Markus (Hg.): *Handbuch Soziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 201-217.
- Villa, Paula-Irene (2008c): Habe den Mut, Dich Deines Körpers zu bedienen! Thesen zur Körperarbeit in der Gegenwart zwischen Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung. In: Dies. (Hg.): *schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 245-272.
- Villa, Paula-Irene (2013a): Subjekte und ihre Körper. Kultursoziologische Überlegungen. In: Graf, Julia/Ideler, Kristin/Klinger, Sabine (Hg.): *Geschlecht zwischen Struktur und Subjekt. Theorie, Praxis, Perspektiven*. Opladen/Berlin/Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 59-72.
- Villa, Paula-Irene (2013b): Prekäre Körper in prekären Zeiten – Ambivalenzen gegenwärtiger somatischer Technologien des Selbst. Mayer, Ralf/Thompson, Christiane/Wimmer, Michael (Hg.): *Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien*. Wiesbaden: Springer VS, S. 57-73.
- Villa, Paula-Irene/Jäckel, Julia/Pfeiffer, Zara S./Sanitter, Nadine/Steckert, Ralf (2012): Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht. Eine Einleitung. In: Dies. (Hg.): *Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht*. Wiesbaden: Springer VS, S. 7-23.
- Voirol Olivier/Schendzielorz Cornelia (2014): Gehaltloser Erfolg. Die Bewertungskultur der Ungewissheit in Castingshows: Das Beispiel der Fernsehsendung Deutschland sucht den Superstar. In: Hänzi, Denis/Matthies, Hildegard/Simon, Dagmar (Hg.): *Erfolg. Konstellationen und Paradoxien einer gesellschaftlichen Leitorientierung*. Baden-Baden: Nomos, S. 160-175.
- Vollbrecht, Ralf (2002): *Jugendmedien*. Tübingen: Niemeyer.
- Vollbrecht, Ralf (2003): Aufwachsen in Medienwelten. In: Fritz/Karsten/Sting, Stephan/Vollbrecht, Ralf: *Mediensozialisation: Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. Opladen: Leske + Budrich, S. 13-24.
- Vollbrecht, Ralf, Wegener, Claudia (Hg.) (2010): *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Wagner, Ulrike/Gebel, Christa (2014): Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien. Wiesbaden: Springer VS.
- Wegener, Claudia (1994): Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information. Opladen: Leske + Budrich.
- Wegener, Claudia (2004): Identitätskonstruktionen durch Vorbilder. Über Prozesse der Selektion, Aneignung und Interpretation medialer Bezugspersonen. In: merz Zeitschrift für Medienpädagogik 2004/06, S. 20-31.
- Wegener, Claudia (2008a): Medien, Aneignung und Identität. »Stars« im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Wegener, Claudia (2008b): Parasoziale Interaktion. In: Sander, Uwe/Gross, Friederike von/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 294-296.
- Wegener, Claudia (2010): Identität. In: Vollbrecht, Ralf, Wegener, Claudia (Hg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 55-63.
- Wehrle, Maren (2016): Normale und normalisierte Erfahrung. Das Ineinander von Diskurs und Erfahrung. In: Hilge Landweer, Isabella Marcinski (Hg.): Dem Erleben auf der Spur: Feminismus und die Philosophie des Leibes. Bielefeld: transcript Verlag, S. 235-256.
- Wellenreuther, Martin (2000): Quantitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Eine Einführung. Weinheim/München: Juventa-Verlag.
- Wille, Christian/Reckinger, Rachel/Kmec, Sonja/Hesse, Markus (Hg.) (2014): Räume und Identitäten in Grenzregionen: Politiken – Medien – Subjekte. Bielefeld: transcript Verlag.
- Winter, Rainer (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. Berlin: Quintessenz.
- Winter, Rainer (2003): Polysemie, Rezeption und Handlungsmöglichkeit. Zur Konstitution von Bedeutung im Rahmen der Cultural Studies. In: Jannidis, Fotis/Lauer, Gerhard/Martinez, Matias/Winko, Simone (Hg.): Regeln der Bedeutung. Zur Theorie der Bedeutung historischer Texte. Tübingen: Niemeyer, S. 431-453.
- Winterhoff-Spurk, Peter/Heidinger, Veronika/Schwab, Frank (1994): Reality TV. Formate und Inhalte eines neuen Programmgenres. Saarbrücken: Logos.
- Wolf, Naomi (1990): The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women. London: Chatto & Windus.
- Zdrowska, Magdalena (2017): Social media and deaf empowerment. In: Ellis, Katie/Kent, Mike (Hrsg): Disability and Social Media: Global Perspectives. New York: Routledge, S. 35-46.

Online-Quellen

- Albert, Mathias/Hurrelmann, Klaus/Quenzel, Gudrun/Schneekloth, Ulrich (2011): Jugend 2010: Die 16. Shell Jugendstudie. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-385922>, Stand 19.12.18.
- Albury, Kath (2015): Selfies, Sexts, and Sneaky Hats: Young People's Understandings of Gendered Practices of Self-Representation. In: International Journal of Commu-

- nication 9, S. 1734-1745. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3132/1396>, Stand 15.05.2017.
- Altheit, Peter (1999): Grounded Theory. Ein alternativer methodologischer Rahmen für qualitative Forschungsprozesse. www.global-systems-science.org/wp-content/uploads/2013/11/On_ground_theory.pdf, Stand 14.1.2019.
- Alkemeyer, Thomas (2005): Die Modellierung des Selbst. In: EINBLICKE Nr. 42, S. 4-7. www.presse.uni-oldenburg.de/einblicke/42/alkemeyer.pdf, Stand 14.1.2019.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2018): Statistisches Jahrbuch 2018 Berlin. https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/produkte/Jahrbuch/jb2018/JB_2018_BE.pdf, Stand 10.1.2019.
- Andrefß, Hans-Jürgen (2001): Replikative Surveys in den Sozialwissenschaften. Expertise für die Kommission zur Verbesserung der informationellen Infrastruktur zwischen Wissenschaft und Statistik. <http://eswf.uni-koeln.de/mitarbeiter/andress/replik01.pdf>, Stand 17.1.2019.
- Appen, Ralf von (2005): Die Wertungskriterien der Deutschland sucht den Superstar-Jury vor dem Hintergrund sozialer Milieus und kulturindustrieller Strategien. In: Beiträge zur Populärmusikforschung 33, S. 187-208. <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2010/7474/>, Stand 7.6.2017.
- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V., Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (2006): Richtlinie für die Aufzeichnung und Beobachtung von Gruppendiskussionen und qualitativen Einzelinterviews. <https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2018/07/RL-GDs-und-Quali-Interviews.pdf>, Stand 10.1.2019.
- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V., Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (2006): Richtlinie für die Befragung von Minderjährigen. <https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2018/07/RL-Befragung-Minderj%C3%A4hriger.pdf>, Stand 10.1.2019.
- Aufenanger, Stefan (1994): Medientheoretische Ansätze. In: Diskurs 4, S. 17-23. www.pedocs.de/volltexte/2013/6660/pdf/Diskurs_1994_1_Aufenanger_Medientheoretische_Ansetze.pdf, Stand 19.7.2017.
- Banet-Weiser, Sarah (2011): Branding the Post-Feminist Self: Girls' Video Production and YouTube. In: Kearney, Mary Celeste: Mediated girlhoods: New explorations of girls' media culture, S. 277-294. https://socyeventsucsc.files.wordpress.com/2011/02/banet-weiser_reading.pdf; Stand: 23.05.2016.
- Banet-Weiser, Sarah/Portwood-Stacer, Laura (2006): I just want to be me again! Beauty pageants, reality television and post-feminism. In: Feminist Theory 2006/7, S. 255-272. www.academia.edu/1863480/I_just_want_to_be_me_again_Beauty_pageants_reality_television_and_post-feminism, Stand 23.5.2016.
- Bauer, Johannes/Ganser, Christian (2007): Münchner Studie zu Partnerwahl und Partnerschaft. https://www.ls4.sozilogie.uni-muenchen.de/aktuelle_forschung/abgeschlos_forschungsprojekte/partnerstudie/partnerstudie.pdf, Stand: 13.11.2015.
- Baumann, Eva (2010): Mediale Körperbilder – Bilder mit Gewicht? In: Dossier zur Medienbildung des Medienkompetenz-Netzwerkes NRW. www.mekonet.de/t3/

- index.php?id=44&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=622&tx_ttnews[backPid]=41
&tx_ttnews[sViewPointer]=1&cHash=e15ad2d541b986201130efd78ba5b3ef&id=126
&print=1, Stand 16.5.2012.
- Barry, Christopher T./Doucette, Hannah/Loflin, Della C./Rivera-Hudson, Nicole/Herrington/Lacey L. (2017): »Let me take a selfie«: Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. In: *Psychology of Popular Media Culture* 6(1), S. 48–60. https://www.researchgate.net/profile/Christopher_Barry6/publication/281317126_Let_Me_Take_a_Selfie_Associations_Between_Self-Photography_Narcissism_and_Self-Esteem/links/55e4a12008ae6abe6e902e4c/Let-Me-Take-a-Selfie-Associations-Between-Self-Photography-Narcissism-and-Self-Esteem.pdf, Stand 16.1.2019.
- boyd, danah. (2007): Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*, S. 1–26. <https://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>, Stand 18.5.2017.
- Bilden, Helga (2009): Das vielstimmige, heterogene Selbst – ein prekäres Unterfangen. Subjektivität nach der Kritik am klassischen Subjektbegriff. www.helga-bilden.de/Artikel/Download-Artikel_pdf-Version/selbst-09-09-10.pdf, Stand: 16.1.2019.
- Boeger, Annette (2000): Das Körperbild im Jugendalter. Eine geschlechtsspezifische Betrachtung unter entwicklungspsychologischer und klinischer Perspektive. In: »meineSache« – Mädchen gehen ihren Weg, S. 48–53. <https://service.bzga.de/pdf.php?id=3a19cb2882419ccb2df9ce4911818d85>, Stand: 13.11.2015.
- Böhm, Andreas (1994): Grounded Theory – wie aus Texten Modelle und Theorien gemacht werden. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-14429>, Stand 15.1.2019.
- Bröckling, Ullrich (2002): Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter. In: *Leviathan*. 30 (2), S. 175–194. https://www.academia.edu/attachments/32314537/download_file?st=MTUoMDM5MjUzOCw4NS4xODAuMTY5LjEoNCwoOTExOTUzNA%3D%3D&s=swp-toolbar, Stand 24.10.2018.
- Bröckling, Ulrich: Jeder könnte, aber nicht alle können. Konturen des unternehmerischen Selbst. An article from www.eurozine.com. www.eurozine.com/pdf/2002-10-02-broeckling-de.pdf, Stand: 4.12.2015.
- Bruns, Karin (2011): Claims und Challenges: Mediale Normalisierungspolitik und Prekarität in Casting-Formaten. In: *FKW//Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur*, Heft 53, S. 12–24. <http://docplayer.org/storage/56/39537173/1498049104/zwCDovkzsT4edsoJOlQjdA/39537173.pdf>, Stand 21.6.2017.
- Burri, Regula Valérie (2008): Bilder als soziale Praxis: Grundlegungen einer Soziologie des Visuellen. In: *Zeitschrift für Soziologie*, Band 37, Heft 4, S. 342–358. <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/zfsoz.2008.37.issue-4/zfsoz-2008-0404/zfsoz-2008-0404.xml>, Stand 10.5.2017.
- Carey, Jennifer Lee/Chapman, Brittany/Chai, Peter/Jake-Schoffman, Danielle/Carreiro, Stephanie/Nader, Nathalie/Pagoto, Sherry (2018): SoMe and Self Harm: The Use of Social Media in Depressed and Suicidal Youth, S. 3314–3319. In: *Social Media and Healthcare Technology*. <http://hdl.handle.net/10125/50308>, Stand 12.12.2018.

- Dammler, Axel (2007): Von Fußballern, Popstars und Provokateuren. Helden und Heldinnen der Kinder aus Sicht der Marktforschung. In: TELEVISION 20/2007/2, S. 38-40. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/20_2007_2/dammler.pdf, Stand 5.2.2009.
- Degele, Nina (2006): Bodification and Beautification: Zur Verkörperung sozialer und kultureller Differenzen durch Schönheitshandeln. In: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, S. 579-592. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-145124>, Stand 17.12.2018.
- Degele, Nina (2007): Schönheit – Erfolg – Macht. In: APuZ 18, S. 9-16. www.bpb.de/system/files/pdf/SYTVAQ.pdf, Stand 5.2.2019.
- Duttweiler, Stefanie (2003): Körpertechnologien – Der Körper als Medium der Subjektivierung. Vortrag bei der 3. Internationale Graduiertenkonferenzen Kulturwissenschaften der Cultural Studies, Univ. Wien. www.univie.ac.at/graduiertenkonferenzen-culturalstudies/3_konferenz/duttweiler_vortrag.pdf, Stand: 7.10.2016.
- Feierabend, Sabine/Klingler, Walter/Turecek, Irina (2016): Mediennutzung junger Menschen im Langzeitvergleich. Nutzungsmuster 14- bis 29-Jähriger auf Basis der Studie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 2/2016, S. 120-128. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2016/02-2016_Feierabend_Klingler_Turecek.pdf, Stand 8.12.2018.
- Hanafi El Siofi, Mona/Kommer, Sven/Penkitt, Meike (2008): Kindheit, Jugend, Sozialisation – Einleitung. Freiburger GeschlechterStudien Band 22/08, S. 11-61. https://www.fzg.uni-freiburg.de/zeitschrift_index/einleitung6.pdf, Stand: 3.11.2018.
- Faust, Friederike/Assmann Corinna (2014): Queering Football – Körperpraktiken im Frauenfußball zwischen Normierung und Destabilisierung der Geschlechterordnung. In: Body Politics – Zeitschrift für Körpergeschichte, Heft 3/2014, S. 145-177. https://issuu.com/bodypolitics/docs/heft_3_issuu_end, Stand 13.4.2017
- Fink, Janet S. (2012): Homophobia and the Marketing of Female Athletes and Women's Sport. In: George B. Cunningham (Hg.): Sexual orientation and gender identity in sport: Essays from activists, coaches, and scholars, S. 49-60. <http://diversityinsport.squarespace.com/s/Sexual-Orientation-and-Gender-Identity-in-Sport.pdf>, Stand 13.4.2017.
- Flick, Uwe (1991): Stationen des qualitativen Forschungsprozesses. In: Flick, Uwe/Kardoff, Ernst von/Keupp, Heiner/Rosenstiel, Lutz von/Wolff, Stephan: Handbuch qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, S. 147-173. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-37305>, Stand 7.1.2019.
- Flimmo-Kinderbefragung (2006): Fernsehen zwischen Kindheit und Jugend. <https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/befragung-jugend-fernsehen.pdf>, Stand 16.1.2019.
- Flimmo-Kinderbefragung (2007): Geschlechterunterschiede, Fernsehvorlieben und soziales Umfeld. <https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/befragung-geschlecht-1.pdf>, Stand 16.1.2019.
- Flimmo-Kinderbefragung (2014): »Ich gucke alle Filme. Außer Erwachsenenfilme« – Fernsehen, Film, Internet: Was Kinder zwischen 3 und 6 Jahren sehen.

- https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/Bericht_Was_3-_bis_6-J%C3%A4hrige_sehen.pdf, Stand 16.1.2019.
- Florl, Anna/Kretschmann, Robert (2018): Therapiertst du noch oder heilst du schon? Gesundheit in der Stadtgesellschaft aus Milieuperspektive. In: vhw FWS 1-2018, S. 34-38. https://www.vhw.de/fileadmin/user_upload/o8_publicationen/verbandszeitschrift/FWS/2018/1_2018/FWS_1_18_Florl_Kretschmann.pdf, Stand 12.1.2019.
- Gebbers, Timon/van Ouytsel, Joris (2017): »Zeig mir, was du hast!« – Was steckt hinter dem Teilen von »sexy Selfies« und welche Risiken und Chancen birgt das sogenannte Sexting unter Jugendlichen? Das In-Mind Magazin. <http://de.in-mind.org/article/zeig-mir-was-du-hast-was-steckt-hinter-dem-teilen-von-sexy-selfies-und-welche-risiken-und>, Stand 16.1.2019.
- Gertenbach, Lars (2012): Governmentality Studies. Die Regierung der Gesellschaft im Spannungsfeld von Ökonomie, Staat und Subjekt. <https://doi.org/10.14361/TRANSCRIPT.9783839421949.108>, Stand: 12.10.2018.
- Gesing, Brigitte Friederike (2007): Fat Politics: Körpernormierung und Geschlechterkonstruktion im modernen Schlankheitsdiskurs. Bulletin-Text des Zentrums für transdisziplinäre Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin Nr. 32, S. 206-223. <https://www.gender.hu-berlin.de/de/publikationen/gender-bulletins/bulletin-texte/texte-32/texte32pkt12.pdf>, Stand: 8.5.2017.
- Gill, Rosalind (2007): Postfeminist media culture: elements of a sensibility. *European journal of cultural studies* 10 (2), S. 147-166. [www.eprints.lse.ac.uk/2449/1/Postfeminist_media_culture_\(LSERO\).pdf](http://www.eprints.lse.ac.uk/2449/1/Postfeminist_media_culture_(LSERO).pdf), Stand: 25.4.2017.
- Giomi, Elisa (2005): Lara Croft: Ein neues Vorbild für Actionheldinnen und Frauen? In: *tv diskurs* 34, S. 44-49. https://tvdiskurs.de/data/hefte/ausgabe/34/giomi044_tvd34.pdf, Stand 5.2.2019.
- Götz, Maya (2003): Genderreflektierende Medienpädagogik. In: Karin Eble/Martin Welker (Hg.): Mädchen machen Medien. Stärkung der IT- und Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen am Beispiel des Landesleitprojekts »medi@girls«. *Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft* Nr. 8, S. 21-30. https://www.hdm-stuttgart.de/glaeser/files/beitr%E4ge/Stuttgarter%20Beitr%E4ge%20Nr_8.pdf#page=21, Stand: 7.4.2017.
- Götz, Maya (2007): Die Fernsehfiguren der Kinder ... und die Frage, was eine Fernsehfigur erfolgreich macht. In: *TELEVISION* 20/2007/2, S. 22-27. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/20_2007_2/goetz_figuren.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Götz, Maya (2013): Musik-Castingshow – Chance des Lebens oder Spießrutenlauf? Eine Befragung ehemaliger Teilnehmerinnen und Teilnehmer. In: *tv diskurs* 65, S. 68-71. http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/65/goetz_castingshow_068_tvd65.pdf, Stand: 7.6.2017.
- Götz, Maya/Bulla, Christine/Gather, Johanna (2013a): »Bestimmt ein tolles Erlebnis!« Repräsentativbefragung von 6- bis 17-Jährigen zu ihren Vorstellungen vom »Erlebnis Castingshow«. *LfM-Dokumentation*, Band 49. http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/modules/pdf_download.php?products_id=318, Stand: 8.6.2017.

- Götz, Maya/Bulla, Christine/Gather, Johanna (2013b): Sprungbrett oder Krise? Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme. LfM-Dokumentation, Band 48. www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM_Doku48_Web.pdf, Stand: 8.6.2017.
- Götz, Maya/Gather, Johanna (2010a): Deutschland sucht den Superstar und Germany's Next Topmodel Castingshows und ihre Bedeutung für Kinder und Jugendliche. Zusammenfassung der Ergebnisse der Studie. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/castingshows_bedeutung.pdf, Stand: 26.1.2016.
- Götz, Maya/Gather, Johanna (2010b): Wer bleibt drin, wer fliegt raus? Was Kinder und Jugendliche aus Deutschland sucht den Superstar und Germany's Next Topmodel mitnehmen. In: TELEVISION 23/2010/1, S. 52-59. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/23_2010_1/castingshows.pdf, Stand 4.2.2019.
- Götz, Maya/Mendel, Caroline/Malewski, Sarah (2015a): Dafür muss ich nur noch abnehmen«. Die Rolle von Germany's Next Topmodel und anderen Fernsehsendungen bei psychosomatischen Essstörungen. In: TELEVISION 28/2015/1, S. 61-67. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/TELEVISION/28_2015-1/Goetz_Mendel_Malewski-Dafuer_muss_ich_nur_noch_abnehmen.pdf, Stand: 31.3.2016.
- Götz, Maya/Mendel, Caroline (2015b): Der Gedanke, »zu dick zu sein«, und Germany's Next Topmodel. Eine repräsentative Studie mit 6- bis 19-Jährigen. In: TELEVISION 28/2015/1, S. 54-57. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/TELEVISION/28_2015-1/Goetz_Mendel-Der_Gedanke_zu_dick_zu_sein.pdf, Stand: 31.3.2016.
- Götz, Maya/Mendel, Caroline (2016): Das System GNTM. In: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)/ANAD e. V. Versorgungszentrum Essstörungen, München: Warum seh' ich nicht so aus? Fernsehen im Kontext von Essstörungen. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/Fernsehen_Esstörungen/Warum_seh_ich_nicht_so_aus.pdf, Stand 20.5.2016.
- Granatino, Rachel/Haytko, Diana L. (2013): Body Image, Confidence, And Media Influence: A Study Of Middle School Adolescents. In: Journal of Applied Business Research 29(1), S. 45-50. https://www.researchgate.net/publication/287568277_Body_Image_Confidence_And_Media_Influence_A_Study_Of_Middle_School_Adolescents, Stand 18.5.2018.
- Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Clausen-Muradian, Elisabeth (2008): Gewalt im Web 2.0. Der Umgang Jugendlicher mit gewalthaltigen Inhalten und Cyber-Mobbing sowie die rechtliche Einordnung der Problematik. Summary. www.nlm.de/fileadmin/dateien/aktuell/Studie_Prof._Grimm.pdf, Stand 15.1.2018.
- Gugutzer, Robert: (2007): Körperkult und Schönheitswahn – Wider den Zeitgeist. In: APuZ 18, S. 3-6. www.bpb.de/system/files/pdf/SYTVAQ.pdf, Stand: 5.2.2019.
- Hagendorff, Thilo (2017): Werte und digitale Kommunikation. In: tv diskurs 80, S. 26-29. <https://tvdiskurs.de/data/hefte/ausgabe/80/hagendorff-werte-digitale-kommunikation-tvd80.pdf>, Stand 18.5.2018.
- Hains, Rebecca (2007): Sind Supergirls für Mädchen super? Wie 8- bis 11-Jährige mit Schönheitsidealen in Girl-Power-Cartoons umgehen. In: TELEVISION

- 20/2007/2, S. 13-19. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/20_2007_2/hains.pdf, Stand 4.2.2019.
- Hajok, Daniel (2016): Die Zukunft der Medien. Einblicke in einen Trendbericht zu den Entwicklungen und Perspektiven von Diffusions- und Fokusmedien. In: tv diskurs 75, S. 36-39. https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/75/hajok_zukunft_o36_tvd75.pdf, Stand: 18.5.2018.
- Hampton, Claire (2015): #nomakeupselves: the Face of Hashtag Slacktivism. In: Networking Knowledge 8(6), S. 1-14. <http://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/view/406/233>, Stand: 18.5.2017.
- Hasebrink, Uwe/Lampert, Claudia (2011): Kinder und Jugendliche im Web 2.0 – Befunde, Chancen und Risiken. In: APuZ 3/2011, S. 3-10. www.bpb.de/system/files/pdf/LOToMN.pdf, Stand: 8.11.2016.
- Hasinoff, Amy Adele (2008): Fashioning Race for the Free Market on America's Next Top Model. https://www.academia.edu/981008/Fashioning_race_for_the_free_market_on_Americas_Next_Top_Model, Stand: 24.5.2016.
- Hearn, Alison (2017): Self-presentation, identity management, and selfhood in the age of big data. In: Popular Communication, Volume 15:2, S. 62-77. <http://dx.doi.org/10.1080/15405702.2016.1269909>, Stand: 15.5.2017.
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (2017): Grunddaten Jugend und Medien 2017. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf, Stand: 22.6.2017.
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen/ANAD e. V. Versorgungszentrum Essstörungen, München (2016): Warum sehe ich nicht so aus? Fernsehen im Kontext von Essstörungen. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/Fernsehen_Esstörungen/Warum_seh_ich_nicht_so_aus.pdf, Stand 20.5.2016.
- Jessen, Wiebke (2015): Jugendmode vor dem Hintergrund jugendlicher Lebenswelten. In: APuZ 1-3/2015, S. 18-23. www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2015-01-03_online.pdf, Stand: 18.2.2019.
- JIM-Studie 2015: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2015/JIM_Studie_2015.pdf, Stand: 19.12.2018.
- JIM-Studie 2016: Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf, Stand: 19.12.2018.
- JIM-Studie 2017: Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf, Stand: 19.12.2018.
- JIM-Studie 2018: Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Janes, Julia E./Ibhawoh, Bonny/Razack, Narda/Gilbert, Nathan (2014): The Trouble With Triumph: Discourses of Governmentality in Mainstream Media Representations of

- Urban Youth. *Journal of Progressive Human Services*, 25/1, S. 50-69. <http://dx.doi.org/10.1080/10428232.2014.855988>, Stand: 14.7.2015.
- Jörissen, Benjamin (2017): Subjektivation und »ästhetische Freiheit« in der post-digitalen Kultur. <https://www.kubi-online.de/artikel/subjektivation-aesthetische-freiheit-post-digitalen-kultur>, Stand 12.7.2018.
- Kaiser, Sabine (2008): Gespräche über Fernsehen. Die Bedeutung der nachrezeptiven Phase zur Konstitution von Geschlechtsidentität im Jugendalter. *Dissertations-schrift*. https://pub.uni-bielefeld.de/download/2301566/2301570/01_Dissertation_Kaiser.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Kastner, Jens (2004): »Von den Schwierigkeiten, die Regierung stürzen zu wollen«. *Neoliberalismus, Staat und Widerstand in Foucaults »Gouvernementalitäts-ansatz*. www.postanarchismus.net/texte/kastner_gouvernementalitaet.htm, Stand: 4.12.2015.
- Katzmarzyk PT, Davis C. (2001): Thinness and body shape of Playboy centerfolds from 1978 to 1998. In: *International Journal of Obesity* 25(4):590-2, S. 590-592. https://www.researchgate.net/profile/Caroline_Davis2/publication/12015805_Thinness_and_body_shape_of_Playboy_centerfolds_from_1978_to_1998/links/odeec51a7f27add72f000000/Thinness-and-body-shape-of-Playboy-centerfolds-from-1978-to-1998.pdf, Stand: 14.12.2018.
- Keller, Jessalynn Marie (2012): Fiercly real? Tyra Banks and the making of new media celebrity. In: *Feminist Media Studies* 14 (1), S. 147-164. <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2012.740490>, Stand: 04.12.2015.
- Keupp, Heiner (1999): *Eigeninitiative und solidarisches Handeln: Die Zukunftsfähigkeit kommunitärer Projekte.* www.ipp-muenchen.de/texte/identitaeten.pdf, Stand: 4.12.2015.
- Klaus, Elisabeth (2009): Verhandlungssache Castingshows. Warum das Format jugendliche Fans begeistert. In: *tv diskurs* 48, 2/2009, S. 42-45. https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/48/klaus042_tvd48.pdf, Stand: 19.9.2018.
- Klaus, Elisabeth (2014): Nicht als Boulevard – Fernsehunterhaltung zwischen Quality und Trash? Eine feministische Perspektive. Eröffnungsvortrag beim 3. Medienlabor des Journalistinnenbundes »Die Boulevardisierung der Medien und die Verantwortung der JournalistInnen«. www.academia.edu/download/42052273/Nicht_als_Boulevard_Fernsehunterhaltung20160204-7902-g42ehu.pdf, Stand: 19.9.2018.
- Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: *M&K*, 51. Jg., 2003/2, S. 195-212. www.m-und-k.nomos.de/fileadmin/muk/doc/MuK_03_02.pdf, Stand: 15.4.2016.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2013): Zwischen (Post-)Feminismus und Antifeminismus. Reflexionen zu gegenwärtigen Geschlechterdiskursen in den Medien. In: *Gender: Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft* 2|2013, S. 78-93. www.budrich-journals.de/index.php/gender/article/download/17853/15528, Stand: 26.4.2017.
- Kleining, Gerhard (2007): Der qualitative Forschungsprozess. In: Naderer, Gabriele/Balzer, Eva (Hg.): *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen*,

- Methoden und Praxis, S. 187-230. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-8931>, Stand: 3.1.2019.
- Kluge, Norbert/Sonnenmoser, Marion (2000): Schön und superschlank sein zu wollen hat seinen Preis. Von den kleinen und großen Unterschieden zwischen Männern und Frauen. www.uni-landau.de/kluge/Beitraege_zur_S_u_Schoen_lang.pdf, Stand: 13.11.2015.
- Kluge, Norbert/Sonnenmoser, Marion (2001): Sind junge Frauen wirklich im »Schönheitswahn«? https://www.uni-landau.de/kluge/Beitraege_zur_S_u_Schoenheitswahn.pdf, Stand: 18.5.2017.
- Knoll, Bente/Fitz, Bernadette/Posch, Patrick/Sattlegger, Lukas (2013): Ich im Netz. Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken. Bericht zum Forschungsprojekt »imaGE 2.0. Selbstdarstellung und Image-Management von weiblichen und männlichen Jugendlichen in digitalen Medien. www.b-nk.at/wp-content/uploads/2015/07/B-NK-2014-Ich_im_Netz_Bericht.pdf, Stand: 10.5.2017.
- Kraus, Wolfgang (2000): Identität als Narration. Berichte aus dem Colloquium Psychologie und Postmoderne am Studiengang Psychologie der Freien Universität Berlin, Nr. 3. <http://web.fu-berlin.de/postmoderne-psych/berichte3/kraus.htm>, Stand: 24.10.2018.
- Krotz, Friedrich (2004): Identität, Beziehungen und die digitalen Medien. In: merz Zeitschrift für Medienpädagogik 2004/06, S. 32-45. https://www.merz-zeitschrift.de/alle-ausgaben/pdf/?tx_wpharticle_pi1%5Bwpharticle%5D=65711&cHash=7fe1a41b34de95c06a6a5211434b9a5a, Stand: 5.2.2019.
- Krotz, Friedrich/Lange, Andreas (2010): Editorial. In: merz Zeitschrift für Medienpädagogik 2010/02, S. 1-3. https://www.merz-zeitschrift.de/alle-ausgaben/pdf/?tx_wpharticle_pi1%5Bwpharticle%5D=65699&cHash=7ea51256183964ab46e0ed776c4b9d73, Stand: 5.2.2019.
- Kutscher, Nadia. (2002). Moralische Begründungsstrukturen professionellen Handelns in der Sozialen Arbeit: Eine empirische Untersuchung zu normativen Deutungs- und Orientierungsmustern in der Jugendhilfe. https://www.researchgate.net/profile/Nadia_Kutscher/publication/36448785_Moralische_Begrundungsstrukturen_professionellen_Handelns_in_der_Sozialen_Arbeit_eine_empirische_Untersuchung_zu_normativen_Deutungs-_und_Orientierungsmustern_in_der_Jugendhilfe/links/odeec539954307055a000000/Moralische-Begrundungsstrukturen-professionellen-Handelns-in-der-Sozialen-Arbeit-eine-empirische-Untersuchung-zu-normativen-Deutungs-und-Orientierungsmustern-in-der-Jugendhilfe.pdf, Stand: 3.1.2019.
- Lau, Christoph/Maurer, Andrea (2010): Herrschaft, Version: 1.0. In: Docupedia-Zeitgeschichte, 11.02.2010 http://docupedia.de/zg/lau_maurer_herrschaft_v1_de_2010, Stand: 9.10.2018.
- Lauber, Achim/Selg, Olaf/Würfel, Maren/Hackenberg, Achim/Hajok, Daniel (2010): Castingshows und Coachingsendungen im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Nutzung und Bewertung durch Jugendliche und junge Erwachsene. In: tv diskurs 51, 2010, S. 58-71. https://tvdiskurs.de/data/user/Dokumente/tvd_html_version/tv-diskurs-51-Emotionen/webpaper.html, Stand: 4.2.2019.

- Lemke, Thomas (2000): Neoliberalismus, Staat und Selbsttechnologien. Ein kritischer Überblick über die governmentality studies. In: Politische Vierteljahresschrift Heft 1/2000, S. 31-47. www.thomaslemkeweb.de/engl.%20texte/Neoliberalismus%20ii.pdf, Stand: 18.12.2018.
- Lemke, Thomas (2001): »Die Ungleichheit ist für alle gleich« – Michel Foucaults Analyse der neoliberalen Gouvernamentalität. In: 1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 20. und 21. Jahrhunderts, Heft 2/2001, S. 99-115. www.thomaslemkeweb.de/publikationen/Die%20Ungleichheit%20ist%20of%FCr%20alle%20gleich.pdf, Stand 18.12.2018.
- Lemke, Thomas (2004): Dispositive der Unsicherheit im Neoliberalismus. In: Widerspruch 46, S. 89-98. www.thomaslemkeweb.de/publikationen/EineKulturderGefahr.pdf, Stand: 18.12.2018.
- Leidenfrost, Birgit/Schadler, Dagmar (2005): Strukturelle Aspekte der Inszenierung von KandidatInnen als Stars und »ordinary persons« in der Castingshow Starmania. In: Wiener Linguistische Gazette 72A, S. 17-50. http://wlg.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/p_wlg/72A2005/LeidenfrostSchadlerWLG72A.pdf, Stand: 7.6.2017.
- Lobinger, Katharina/Brantner, Cornelia (2015): In the Eye of the Beholder: Subjective Views on the Authenticity of Selfies. In: International Journal of Communication 9, S. 1848-1860. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/3151/1404>, Stand: 15.5.17.
- Lorey, Isabell (2006): Gouvernamentalität und Selbst-Prekarisierung. Zur Normalisierung von KulturproduzentInnen. In: transversal – eipcp multilingual webjournal 01 2006. <http://eipcp.net/transversal/1106/lorey/de>, Stand: 7.12.2017.
- Lukesch, Helmut/Bauer, Christoph/Eisenhauer, Rüdiger/Schneider, Iris (2004): Das Weltbild des Fernsehens. Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland. Synopse der Weltbildstudie. <https://epub.uni-regensburg.de/3264/1/lukesch22.pdf>, Stand: 14.12.2018.
- Lünenborg, Margreth/Töpper, Claudia (2011): Castingshows: Grenzverletzungen und Werteempfinden. In: APuZ 3/2011, S. 35-41. www.bpb.de/system/files/pdf/LOTOMN.pdf, Stand: 21.6.2017.
- Lünenborg, Margreth/Martens, Dirk/Köhler, Tobias/Töpper, Claudia (2011): Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten. Eine Untersuchung im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/LfM-Band-65.pdf, Stand: 5.1.2016.
- Maaß, Sarah (2014): Normativierung, Normalisierung und Hypernormalismus: Technologien des Körpers und des Selbst in der Castingshow Germany's Next Topmodel. In: Norms, Normality and Normalization Papers from the Postgraduate Summer School in German Studies, Nottingham, July 2013, S. S. 51-64. eprints.nottingham.ac.uk/3611/1/Norms_Normality_and_Normalization.pdf, Stand: 10.2.2019.
- Mäder, Susanne (2013): Die Gruppendiskussion als Evaluationsmethode – Entwicklungsgeschichte, Potenziale und Formen. In: Zeitschrift für Evaluation 1/2013, S. 23-51. www.univation.org/sites/default/files/publikation/01_2013_mader_die_gruppendiskussion_als_evaluationsmethode.pdf, Stand: 5.1.2019.

- Media Perspektiven Basisdaten 2013. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2013_Verlinkung.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Media Perspektiven Basisdaten 2014. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2014_komplett_verlinkt.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Media Perspektiven Basisdaten 2015. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2015_komplett_und_verlinkt.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Media Perspektiven Basisdaten 2016. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2016_Inhalt_komplett.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Media Perspektiven Basisdaten 2017. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2017_online_Neu.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Media Perspektiven Basisdaten 2017. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2017_online_Neu.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Mikos, Lothar (2005): Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten. Medien-Identität-Identifikationen. In: tv diskurs 34, S. 20-25. https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/34/mikoso20_tvd34.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Mikos, Lothar (2015): Germany's Next Topmodel in der Kritik. Eine Fernsehsendung, eine Studie und die Panik der Medien. In: tv diskurs 73, S. 100-103. https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/73/mikos_gntm_100_tvd73.pdf, Stand: 5.2.2019.
- Mills, Jennifer S./Shannon, Amy/Hogue, Jacqueline (2017): Beauty, Body Image, and the Media. In: Martha Peaslee Levine (Hg.): Perception of Beauty, S. 145-157. <https://cdn.intechopen.com/pdfs/55388.pdf>, Stand: 4.2.2019.
- Mönkeberg, Sarah (2013): Das Web als Spiegel und Bühne: Selbstdarstellung im Internet. In: APuZ 15-16/2013, S. 25-30. www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2013-15-16_online.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Müllensiefen, Daniel/Lothwesen, Kai, Tiemann, Laura/Matterne, Britta (2005): Musikstars in der Wahrnehmung jugendlicher TV-Castingshow-Rezipienten: Eine empirische Untersuchung. In: Beiträge zur Populärmusikforschung 33, S. 163-186. <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2010/7476/>, Stand: 7.6.2017.
- Neef, Andreas/Schroll, Willi/Hirsch, Sven (2011): TV 2020 – Die Zukunft des Fernsehens. www.z-punkt.de/uploads/default/115/tv_2020.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Nemer, David/Freeman, Guo (2015). Selfies| Empowering the marginalized: Rethinking selfies in the slums of Brazil. International Journal of Communication 9, S. 1832-1847. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3155/1403>, Stand: 4.2.2019.
- Neuss, Norbert (2000): Operationalisierung von Medienkompetenz – Ansätze, Probleme und Perspektiven. In: MedienPädagogik, Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung Nr. 1/2000, S. 1-14. <http://dx.doi.org/10.21240/mpaed/01/2000.03.18.X>, Stand: 14.3.2018.

- Nolan, David (2006): Media, Citizenship and Governmentality: Defining »The Public« of Public Service Broadcasting. In: *Social Semiotics* 16/2, S. 225-242. <http://dx.doi.org/10.1080/10350330600667501>, Stand: 14.7.2017.
- Otte, Gunnar (2007): Körperkapital und Partnersuche in Clubs und Diskotheken: eine ungleichheitstheoretische Perspektive. In: *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung* 2/2007, S. 169-186. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-212032>, Stand: 15.5.2017.
- Paulitz, Tanja (2014): Subjektivierung und soziale Praxis im Kontext des Web 2.0 – zur Einleitung. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 39 (Suppl 1), S. 1-6. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11614-014-0127-5.pdf>, Stand: 31.5.2017.
- Penz, Otto (2012): Schönheitshandeln und symbolische Gewalt im Post-Fordismus. In: *SWS-Rundschau* Heft 1/2012, S. 5-18. www.sws-rundschau.at/archiv/SWS_2012_1_Penz.pdf, Stand: 22.2.2019.
- Prommer, Elizabeth/Linke, Christine/Stüwe, Julia (2017): Is the future equal? In: *TELEVISION* 30/2017/2, S. 4-10. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/TELEVISION/30_2017_2/Prommer_Linke_Stuewe-Is_the_future_equal.pdf, Stand: 14.12.2018.
- Reichertz, Jo (2000): Zur Gültigkeit von Qualitativer Sozialforschung. In: *Forum Qualitative Sozialforschung* 1/2 2000 [76 Absätze]. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0114-fqs0002324>, Stand: 17.1.2019.
- Rose, Nikolas: Das Regieren von unternehmerischen Individuen. In: *Kurswechsel für gesellschafts-, wirtschafst- und umweltpolitische Alternativen*, Heft2/2000, S. 8-28. www.beigewum.at/wordpress/wp-content/uploads/008_nikolas_rose.pdf, Stand: 17.1.2019.
- Rubin, Gayle, (1975): The traffic in women: notes on the political economy of sex. In: *Reiter, Rayna R.: Toward an anthropology of women*. New York: Monthly Review Press, S. 157-210. <https://genderstudiesgroupdu.files.wordpress.com/2014/08/the-traffic-in-women.pdf>, Stand: 24.4.2017.
- Sacher, Katharina/Pointner, Dorothea/Goisau, Melanie (2005): Die Konstruktion von Heterosexualität in der Castingshow Starmania. In: *Wiener Linguistische Gazette* 72A, S. 51-81. http://wlg.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/p_wlg/72A2005/SacherGoisauPointnerWLG72A.pdf, Stand: 7.6.2017.
- Schaffer Johanna (2008b): (Un-)Formen der Sichtbarkeit. In: *FKW//Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur* 45, S. 60-71. <https://www.fkw-journal.de/index.php/fkw/article/download/1114/1111>, Stand: 21.2.2019.
- Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. *Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen*. <https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/LfM-Band-62.pdf>, Stand: 14.11.2016.
- Schorb, Bernd (2006): Identitätsbildung in der konvergenten Medienwelt. In: *mediaculture online*, S. 149-160. www.nibis.de/nibis3/uploads/1chaplin/files/mediensozialisation_schorb_medienwelt.pdf, Stand: 4.2.2019.
- Scott, Julie-Ann (2007): Revising Bodily Texts to the Dominant Standard: A Feminist Rhetorical Criticism of the Makeover Episode of America's Next Top Model.

- In: *Fix me up: Essays on television dating and makeover shows*, S. 118-133. http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/9/1/0/3/pages191038/p191038-1.php, Stand 24.5.2016.
- Schröder, Sabrina/Wrana, Daniel (2015): Normalisierungen – eine Einleitung. In: Bühler, Patrick/Forster, Edgar/Neumann, Sascha/Schröder, Sabrina/Wrana, Daniel (Hg.) *Normalisierungen*. Wittenberger Gespräche III, S. 9-35. Stand: 4.2.2019.
- Schuegraf, Martina/Tillmann, Angela (2014): Zwischen Hochglanzsex und Amateur-Pornografie. Dimensionen von Körperlichkeit und Sexualität in den Medien. In: *medienconret* Heft 1/14 (ohne Seitenzahlen). www.medienconcret.de/sites/default/files/imce/Beitrag_Tillmann_Schuegraf.pdf, Stand: 10.5.2017.
- Schwarz, Claudia (2006): Der Event im Wohnzimmer. Die familiäre Aneignung der Casting-Show Starmania. In: *SWS-Rundschau*, Heft 2/2006, S. 209-229. www.sws-rundschau.at/archiv/SWS_2006_2_schwarz.pdf, Stand: 7.6.2017.
- Shell Jugendstudie 2017, Zusammenfassung. https://www.shell.de/ueberuns/die-shell-jugendstudie/multimediale-inhalte/_jcr_content/par/expandablelist_643445253/expandablesection_1535413918.stream/1456210063290/ace911f9c64611b0778463195dcc5daaa039202e320fae9cea34279238333aa4/shell-jugendstudie-2015-zusammenfassung-de.pdf, Stand: 19.12.2018.
- Stauber, Barbara (2006): Geschlechtersensibilität im Kinder- und Jugendfernsehen. In: *TELEVISION* 19/2006/1, S. 47-52. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/19_2006_1/stauber.pdf, Stand: 5.2.2019.
- Storch, Maja (1999): Identitätskonzepte: Heute und in Zukunft. In: Schweizerischer Fachverband für Sozial- und Heilpädagogik, Extra Bulletin Nr. 10, S. 1-19. majastorch.de/download/identitaet.pdf, Stand: 26.9.2016.
- Strübing, Jörg/Hirschauer, Stefan/Ayaß, Ruth/Krähnke, Uwe/Scheffer, Thomas (2018): Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. Ein Diskussionsanstoß. In: *Zeitschrift für Soziologie* 2018 47 (2), S. 83-100. https://www.researchgate.net/profile/Ruth_Ayass/publication/325642587_Gutekriterien_qualitativer_Sozialforschung_Ein_Diskussionsanstoss/links/5b37a861aca2720785fc1e65/Gutekriterien-qualitativer-Sozialforschung-Ein-Diskussionsanstoss.pdf, Stand: 6.1.2019.
- Strüver, Anke (2011): Der Konstruktivismus lernt laufen: »Doing more-than-representational geography«. In: *Social Geography* 06/2011, S. 1-13. www.soc-geogr.net/6/1/2011/sg-6-1-2011.pdf, Stand: 14.11.2015.
- Thumim, Nancy (2017): Self-(re)presentation now. In: *Popular Communication*, Volume 15:2, 55-61. <http://dx.doi.org/10.1080/15405702.2017.1307020>, Stand: 14.5.2017.
- Tovée, Martin J./Mason, Suzanne M./Emery, Joanne L./McCluskey, Sara E./Cohen-Tovée, Esther M. (1997): Supermodels: Stick insects or hourglasses? *Lancet* 350, Issue 9089, S. 1474-1475. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(05\)64238-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(05)64238-9), Stand: 14.12.2018.
- Traue, Boris (2009): Gouvernemedialität der digitalen Partizipation: Überlegungen zu medialen und gesellschaftlichen Voraussetzungen der Schriftkundigkeit. In: *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 32, S. 169-183.; <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssor-288845>, Stand: 31.5.2017.
- Villa, Paula-Irene (2007): Der Körper als kulturelle Inszenierung und Statussymbol. In: *soFid – Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst* 02/2007, S. 9-18. www.gesis.org/fileadmin/upload/dienstleistung/fachinformationen/

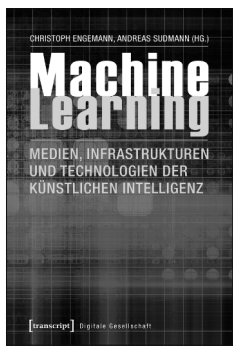
- servicepublikationen/sofid/Gesamtdaten/Kultursoziologie_Kunstsoziologie/
Kultur_Kunst_07-02_GD.pdf. Stand: 13.11.2015.
- Vivienne, Son (2017): »I will not hate myself because you cannot accept me«: Problematising empowerment and gender-diverse selfies. In: *Popular Communication*, Volume 15:2, S. 126-140. <http://dx.doi.org/10.1080/15405702.2016.1269906>, Stand: 14.5.2017.
- vom Orde, Heike (2013): Geschlechterbilder in den Medien. Eine Zusammenfassung ausgewählter Forschungsergebnisse. In: *TELEVISION* 26/2013/2, S. 11-15. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/TELEVISION/26-2013-2/vomOrde_Geschlechterbilder_Medien.pdf, Stand: 15.12.2018.
- vom Orde, Heike/Durner, Alexandra (2018): Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf, Stand: 18.12.2018.
- Warfield, Katie (2014). Making Selfies/Making Self: Digital Subjectivities in the Selfie. On-site presentation at the Fifth International Conference on the Image and the Image knowledge Community, Freie Universität, Berlin, Germany. October 29-30, 2014. www.academia.edu/8991582/Making_Selfies_Making_Self_digital_subjectivities_in_the_selfie, Stand: 4.2.2019.
- Wedl, Juliette (2008): Medien in der Triade von Wissen, Macht und Subjektivierung. Der Nutzen Foucaults Gouvernementalitätstheorie für eine diskursanalytische Medienanalyse. Vortrag auf der Tagung »Theorien und Methoden der sprach- und diskursbezogenen Produktforschung«. www.strategiespielen.de/wordpress/wp-content/j_wedl_medien_als_regierungstechnologien.pdf, Stand: 5.2.2019.
- Wegener, Claudia (2003): Jugend erforscht. (Medien-)Handeln Jugendlicher im Fokus der Wissenschaft. In: *tv diskurs* 26 2003, S. 58-63. <http://fsf.de/publikationen/medienarchiv/beitrag/heft/jugend-erforscht-medien-handeln-jugendlicher-im-fokus-der-wissenschaft/>, Stand: 20.2.2018.
- Wegener, Claudia/Schuegraf, Martina (2013): Die interpretative Erschließung der Kontextbedingungen. In: *aviso* 56, S. 4-6. https://www.dgpuk.de/sites/default/files/Aviso_56_2013_Web.pdf, Stand: 17.1.2018.
- Weiderer, Monika (1993): Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen: eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus. https://epub.uni-regensburg.de/3042/1/Frauen_und_Maennerbild.pdf, Stand: 14.12.2018.
- Wiede, Wiebke (2014): Subjekt und Subjektivierung. http://zeitgeschichte-digital.de/doks/files/572/docupedia_wiede_subjek_v1_de_2014.pdf, Stand: 10.5.2017.
- Wiesinger Claudia/Schaden, Mira (2005): Verena pur: Rekonstruktion von »gender« bei der Konstitution eines Stars. In: *Wiener Linguistische Gazette* 72A, S. 82-116. http://wlg.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/p_wlg/72A2005/WiesingerSchadenWLG72A.pdf, Stand: 7.6.2017.
- Wijnen, Christine W. (2011): Model-Castingshows im Alltag von Jugendlichen. Projektbericht. www.imb-salzburg.at/fileadmin/bilder-inhalt/Media_Research/Abschlussbericht_Castingshows_final_jan2011.pdf, Stand: 5.1.2016.
- Yeniyayla, Mutlu (2016): Das Subjekt im Denken Michel Foucaults. Analyse und Kritik. Bedeutung des Widerstandes für die Konstitution des Subjekts. Disser-

tation. <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/21422/1/Dissertation%20Yeniyayla%20PDF%20A.pdf>, Stand: 4.2.2019.

Abbildungsverzeichnis

Darst. 1: Tägliche TV-Sehdauer der 14- bis 19-Jährigen 2011 bis 2017, in Minuten (Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2013 und 2017; eigene grafische Darstellung)	46
Darst. 2: Die sechs Antworten mit der höchsten Zustimmung auf die Frage »Ich sehe die Sendung (Germany's Next Topmodel, Anm. der V.) so gerne, weil...« (Quelle: Götz/Gather 2012, eigene grafische Darstellung).....	90
Darst. 3: Transkriptionsregeln nach Hoffmann-Riem (1984)	122
Darst. 4: Transkriptionsregeln nach Dresing/Pehl (2011)	122

Medienwissenschaft



Christoph Engemann, Andreas Sudmann (Hg.)

Machine Learning – Medien, Infrastrukturen und Technologien der Künstlichen Intelligenz

2018, 392 S., kart.

32,99 € (DE), 978-3-8376-3530-0

E-Book:

PDF: 32,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-3530-4

EPUB: 32,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-3530-0



Tanja Köhler (Hg.)

Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter Ein Handbuch

Juni 2020, 568 S., kart., 41 SW-Abbildungen

39,00 € (DE), 978-3-8376-5025-9

E-Book:

PDF: 38,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5025-3



Geert Lovink

Digitaler Nihilismus

Thesen zur dunklen Seite der Plattformen

2019, 242 S., kart.

24,99 € (DE), 978-3-8376-4975-8

E-Book:

PDF: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4975-2

EPUB: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-4975-8

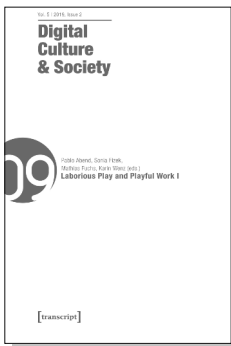
**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Medienwissenschaft



Mozilla Foundation
Internet Health Report 2019

2019, 118 p., pb., ill.
19,99 € (DE), 978-3-8376-4946-8
E-Book: available as free open access publication
PDF: ISBN 978-3-8394-4946-2



Pablo Abend, Sonia Fizek, Mathias Fuchs, Karin Wenz (eds.)
Digital Culture & Society (DCS)
Vol. 5, Issue 2/2019 – Laborious Play and Playful Work I

September 2020, 172 p., pb., ill.
29,99 € (DE), 978-3-8376-4479-1
E-Book:
PDF: 29,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4479-5



Gesellschaft für Medienwissenschaft (Hg.)
Zeitschrift für Medienwissenschaft 23
Jg. 12, Heft 2/2020: Zirkulation.
Mediale Ordnungen von Kreisläufen

September 2020, 218 S., kart.
24,99 € (DE), 978-3-8376-4924-6
E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation
PDF: ISBN 978-3-8394-4924-0
ISBN 978-3-7328-4924-6

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

