

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 poplärkulturellen »Allgemeinwissens« darstellen: Die Sendung spielt offensichtlich eine Rolle im öffentlichen Diskurs zu Medien bzw. Populärkultur, 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 Marzahner 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 Jugenderalter⁵ – 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 machtvollere 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, Shoppingtours, 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 Wolkenkratzern, mit Ratten, vor einer Feuerkulisse oder »mit ganz ekligen 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 Sehlust 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 abschließlich 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 Genrekompetenz 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 alle-

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 Genrekompentenz 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 symbolisierender 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-konkurrenzialer 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, Photoshootings, 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, niveaivolles 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 konkurrenzialen 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 irgendnen 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 Modellsuche 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 durchzuführen 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-konkurrenzialen 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 rausgeflogen. Keine Ahnung, sie ist wahrscheinlich rausgeflogen 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 rummeckert 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 öhöhö 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-konkurrenzziellen 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 verhandelt 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 Modellsphäre 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 musst 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, Lipp/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 zusammengenommen 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 Schönsein 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 Schönheits*handlungen* 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 *Herstellung* 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 Selbsthergestelltheit, 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, Intelligenz 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 Ungerechtigkeit 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“ (Ärztblatt). »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 *Ärztblatt* 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 Schminktipp kann man sich gar nicht so richtig abgucken, vielleicht bei diesem Friseurdings kann mich sich vielleicht irgendeine 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 Gesamtvergleich 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://filmllexikon.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 Sehlust 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 machtvolle gesellschaftliche 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 konkurrenzorientiertes 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. Beispielfhaft 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 fertigt 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 »täglich 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 konkurrenzuelles 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 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 Oberschönweider Gruppe – wie sich ebenfalls in den o. g. Aussagen zeigt – auch anhand des Aussehens der Kandidatinnen:

O3:] 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/recht-schreibung/weiblich>). Wenn in dieser Arbeit der Begriff »weiblich« Verwendung findet (präziser