STUDIEN ZUR MATERIELLEN KULTUR

Kristina Novy

Weiblichkeits(re-)konstruktionen im Frauensender Sixx. Eine repräsentationskritische Untersuchung im postfeministischen Kontext

BAND [20]
Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

IMK
Institut für Materielle Kultur

Studien zur Materiellen Kultur

Als Online-Forum für Kulturanalysen und andere kulturwissenschaftliche Forschungen zu Materieller Kultur setzen sich die Veröffentlichungen dieser Reihe kritisch nicht nur mit Dingen des Alltags, deren Beschaffenheit, Herstellungsweise, Nutzung, Verbreitung, Präsentation (z.B. im Museum) auseinander, sondern auch mit deren Bedeutung als Vergegenständlichungen gesellschaftlicher Prozesse, Machtverhältnisse und Lebensformen. Diese Forschungsarbeiten verbinden transdisziplinäre Ansätze der Sachkulturforschung und Modetheorie mit denen der Cultural Studies und der Kulturanalyse. Die Publikationsreihe umfasst mehrere Unterreihen: ***Postprints***, ***Preprints*** und ***Qualifikationspapiere (Q-Papers).*** Gesondert zusammengefasst finden sich unter der Rubrik ***Materielle Kultur und Museum*** die Q-Papers des Forschungs- und Studienschwerpunkts ‚Museum und Ausstellung' am Institut für Materielle Kultur. Deren Ergebnisse erscheinen in begleitenden ***Katalogen***.

Herausgeberin: Karen Ellwanger für das Institut für Materielle Kultur

Mehr Informationen zu der Schriftenreihe finden Sie auf www.studien-zur-materiellen-kultur.de

Kristina Novy

Weiblichkeits(re-)konstruktionen im Frauensender Sixx.
Eine repräsentationskritische Untersuchung im postfeministischen Kontext

Impressum

Studien zur Materiellen Kultur
Herausgeberin: Karen Ellwanger für das Institut für Materielle Kultur
Redaktion: Stefanie Mallon
Assistenz Redaktion: Felix Kappeler

www.materiellekultur.uni-oldenburg.de
Copyright bei Kristina Novy & dem Institut für Materielle Kultur

„Weiblichkeits(re-)konstruktionen im Frauensender Sixx.
Eine repräsentationskritische Untersuchung im postfeministischen Kontext"

Oldenburg, 2016

Coverfotografie: Werbung für die Serie The Vampire Diaries © sixx
Covergestaltung: Christopher Sommer

Verlag: Institut für Materielle Kultur
Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
26111 Oldenburg

E-Mail: materiellekultur@uni-oldenburg.de
Internet: www.studien-zur-materiellen-kultur.de

ISBN 978-3-943652-19-2

ISSN 2629-7612 (Online)

Inhalt

I	Einleitung	3
II	Entwicklung, Paradigmen und Relevanz der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung	6
II. 1	Gleichheitsansatz, Differenzansatz, (De-)Konstruktivismus	7
II. 2	Die Kopplung von Cultural Studies, Kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung (=Gender Media Studies) und Filmtheorie	12
III	Postfeminismus	16
III. 2	Historische und begriffliche Entwicklungen	19
III. 3	Zusammenfassung: Postfeministische Subjekte	24
IV	Medien(Forschung) und Identität	25
IV. 1	Medien als Mittler zur Welt	27
IV. 2	Figuren und Identifikation	32
V	Die Macht medialer Geschlechternormen	35
V. 1	Gender Reg(ul)ierungen	35
V. 2	Unbewusste Prozesse und Begehren in der Medienrezeption	36
V. 3	Die mächtige Psyche oder: Die Internalisierung von Normen	
V. 3. 1	Subjekt & Subjektivation	38
V. 3. 2	Das Symbolische	40
V. 3. 3	Die postfeministische Maskerade	42
VI	Fernsehanalyse	44
VI. 1	Die wissenssoziologische Diskursanalyse	44
VI. 2	Materialauswahl & Vorgehensweise	47
VI. 3	Sixx: Positionierung und Kontextualisierung	49
VI. 3.1	Ursprung und Ziele	50
VI 3.2	Zielgruppe/n und Frauenbild	51
VI. 3.3	Programminhalt und –ablauf	52
VI. 3.4	Werbepausen	53
VI. 3.5	Entwicklungen und Potenziale	53
VI. 3.6	Senderzukunft: aktuelle und geplante Sendungen	55
VI. 4	Ergebnisse und Deutungsmuster	
VI. 4.1	Allgemeine Ergebnisse	56
VI. 4.2	Deutungsmuster	58
VII	Zusammenfassung und Fazit	75
Literatur- und Quellenangaben		78

Anlage I	Datenkorpus & Materialauswahl
Anlage IIa	Beantwortete Fragebögen
Anlage IIb	Fragestellung zur Untersuchung
Anlage IIIa	Phänomenstruktur, Gesamtübersicht
Anlage IIIb	Phänomenstruktur, Zusammenfassung/axiale Kodierung
Anlage IV	Pressemitteilungen von SIXX

I Einleitung

> „Welche Frauen [...] sehen wir, wenn wir den Fernseher anstellen, ins Kino gehen, die Zeitung aufschlagen? An wen denken wir, wenn wir an ‚Frauen' denken? Wie und als was sollen Frauen – und Männer – sichtbar sein, wie werden sie sichtbar gemacht? Und wer oder was wird dadurch in den Schatten gerückt? Unsichtbar gemacht?" (Hark/Villa 2010, S. 8).

Dieses Zitat impliziert ein Machtverhältnis zwischen massenmedialen Geschlechterrepräsentationen und uns, den Rezipierenden von Medienprodukten, bzw. unseren Vorstellungen von Geschlecht; davon, was es bedeutet und ausmacht, ‚weiblich' oder ‚männlich' zu sein – denn durch die (Un-) Sichtbarmachung von Dingen und gesellschaftlichen Sachverhalten konstituiert sich, grob gesprochen unser Wissen. Denn im Rahmen von Mediendiskursen vermittelte Informationen stehen im direkten Zusammenhang mit Prozessen der Subjektivierung, Insbesondere im Rahmen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung haben Wissenschaftler_innen[1] Geschlechterrepräsentationen in Medienprodukten wie Fernsehen, Internet oder Printmagazinen in vielfältiger Weise untersucht. Feministische Kritiker_innen weisen zunehmend darauf hin, dass „Fragen des Sehens und der Sichtbarkeit" (Schaffer 2008, S. 35) eine politische Dimension zukommt und sich nicht trennen lassen „von Fragen der Subjektivität und den gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftsverhältnissen" (ebd.). Paula-Irene Villa und Sabine Hark (2010, S. 8) sprechen unter Rückgriff auf Ausführungen von Antke Engel (2009, S. 13 ff.) von Regimen der Sichtbarkeit und der Bildlichkeit, die alles andere als objektiv, sondern im Gegenteil präskriptiv und normativ operieren, also hegemoniales Wissen darüber, was als ‚richtig' oder ‚falsch' gilt, (re-)produzieren.

Von zentraler Relevanz für diese Arbeit ist die Einsicht, dass die zunehmende Sichtbarkeit von Frauen in der Populärkultur als medial vermitteltes Feld von Kultur[2] kein feministischer Erfolg sein muss, was insbesondere in (akademischen und gesellschaftlichen) Diskursen um die „Liaison zwischen Feminismus und Neoliberalismus[3]" (Fraser 2013) und einem einhergehenden Postfeminismus, der die „schleichende Aktualisierung ungerechter Ge-

1 Den Unterstrich im Sinne einer gendergerechten Sprache, die optisch und sprachlich die binäre Geschlechterordnung aufzubrechen sucht, werde ich in dieser Arbeit für alle unbestimmten Personengruppen verwenden. Insofern Sixx ein Sender ist, der hauptsächlich Frauen ansprechen möchte, werde ich in jenen Kontexten dieser Arbeit, in denen es ausschließlich um einen weiblichen Personen- bzw. Rezipierendenkreis geht, auf den Unterstrich verzichten.

2 Villa, Jäckel & Pfeiffer u.a. (2012d) beschreiben Populärkultur als einen dynamischen Ort, an dem gesellschaftliche und sozioökonomische Deutungen verhandelt werden und somit als ein Feld der stetigen Auseinandersetzung. Aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit ist dieses Feld weitaus mehr als ein Massenphänomen, eine Trivialität im Alltag der Menschen. Sie stützen sich auf den Medienwissenschaftler Cristof Jacke (2004, S. 21, zit. n. ebd., S. 9 f.), der Populärkultur insgesamt als einen kommerzialisierten, gesellschaftlichen Bereich versteht, „der Themen industriell produziert, massenmedial vermittelt und durch zahlenmäßig überwiegende Bevölkerungsgruppen mit Vergnügen (als Informations- und Unterhaltungsangebot) genutzt und weiterverarbeitet wird".

3 Neoliberalismus wird hier als ein politisches Programm bzw. Projekt verstanden, das aufbaut auf eine seit der Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahren entstandene Lehre, die den Markt als Regulierungsmechanismus gesellschaftlicher Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse verabsolutiert (vgl. Butterwegge, Lösch & Ptak 2008, S. 11) und das Ziel der „Ökonomisierung des Sozialen" (Kauppinnen 2012, S. 193) bzw. der Stabilisierung der Marktgesellschaft verfolgt. Orientiert an den Richtlinien des Marktes bzw. einhergehend mit der Liberalisierung der globalen Finanzmärkte, der Intensivierung des Freihandels und einer Wirtschaftspolitik, die auf „eine einseitige Verbesserung der Angebotsbedingungen von Unternehmen zielt" (Ptak 2008, S. 13), werden Individuen als Unternehmer_innen ihrer Selbst in den Mittelpunkt gerückt: durch den Abbau staatlicher Leistungs- und Sicherungssysteme sollen sie eigenständig, „Kosten und Nutzen ihrer Handlungen berechnend, mit Ehrgeiz und Tatkraft in ihrem Leben voranstreben und ihr eigenes Humankapital verwalten" (Kauppinen 2012, S. 193). Zu unterscheiden seien länderspezifische Erscheinungsformen, Strategievarianten und Praktiken, so dass auch von ‚Neoliberalismen' gesprochen werden könne (vgl. Butterwegge, Lösch & Ptak 2008, S. 11, Stehling 2011, S. 114, Bröckling, Krasmann & Lemke 2000).

schlechterverhältnisse" (McRobbie 2010, S. 89) im Rahmen gesellschaftlicher Modernisierung(en) meint, diskutiert wird. Bilder sind nicht unschuldig, sie bilden nicht einfach nur ab:

> „sie produzieren Wissen und erzeugen Wirklichkeiten, sie sind, in einer foucaultianischen Perspektive, Teil gouvernementaler Regierungstechnologien. Das heißt, sie konstituieren Sichtbarkeit und Evidenz, sie konstruieren Wahrscheinlichkeiten, sie geben das Eine dem Blick frei und machen im selben Atemzug das Andere unsichtbar" (vgl. Hark & Villa 2010, S. 8).

Mittels eines „Überangebots postfeministischer Ersatzidentifikationen" (McRobbie 2010, S. 48) in der Populärkultur werde derzeit die Botschaft zu vermitteln versucht, dass die Gleichstellung der Geschlechter mittlerweile erreicht sei, weshalb unnötige, emanzipatorische Bestrebungen ‚ausrangiert' und stattdessen eine Ein- bzw. Rückforderung von ‚natürlicher' Weiblichkeit verfolgt werden könnte. Diese Entwicklungen fungierten allerdings als tückische Strategie zur Etablierung eines (re-)traditionalisierenden Geschlechterregimes. Insofern Medien- bzw. Fernsehtexte[4] über ihren Inhalt und das Repräsentierte mit gesellschaftlichen Diskursen verbunden sind und auf diese Weise als vermittelnde bzw. (re-)produzierende Instanzen dominanter gesellschaftlicher ‚Wahrheiten' und ‚Wirklichkeiten' fungieren, wird es das Ziel dieser Masterarbeit sein, die (soziokulturellen und psychischen) Dimensionen dieses Machtverhältnisses zwischen medialen Repräsentationen und den Rezipierenden der Medienprodukte aufzuzeigen und nachzuvollziehen – und zwar aufgrund von Weiblichkeitsrepräsentationen des deutschen Fernsehsenders Sixx, der über Programminhalte und die entsprechenden Identifikationsflächen explizit ein weibliches Publikum ansprechen möchte. Vor dem Hintergrund (neo-)liberalisierter Geschlechterverhältnisse sowie einer konstruktivistischen Repräsentationstheorie folgend, möchte ich untersuchen, ob, inwiefern und mittels welcher Anrufungen Sixx als Agentin, als Subjektivierungsinstanz eines postfeministischen Geschlechterregimes infrage kommt, dessen Ziel es ist, die gesellschaftliche Sichtbarkeit und die damit einhergehende Handlungsfähigkeit von Frauen auf eine Weise einzugrenzen, die einer fortgeführten patriarchalen Hegemonie[5] zugutekommt (vgl. McRobbie 2010).

Sixx erschien mir als zu untersuchendes Produkt aufgrund seiner expliziten Positionierung als ‚Frauensender' insbesondere interessant, weil einerseits bereits der Titel geschlechterspezifische Medienvorlieben impliziert und andererseits etwas Ermächtigendes, einen anderen als den männlichen Lebenszusammenhang hervorhebt und in den Mittelpunkt der Auseinandersetzung stellt. Als gelegentliche Sixx-Zuschauerin erwuchs mein Erkenntnisinteresse zudem gewissermaßen aus einem Dilemma zwischen Schaulust einerseits und einer kritisch-feministischen Positionierung gegenüber dem Gesehenen andererseits: Wie lässt sich eine Verbindung herstellen zwischen einer in westlichen Gesellschaften vordergründigen, d.h. gesetzlich verankerten, Gleichstellung zwischen Männern und Frauen in allen Lebensbereichen und einer zunehmend beobachtbaren stereotypen und auf reaktionären Rollenbildern basierenden Darstellung von Frauen im (Unterhaltungs-)Fernsehen?

4 Filme und Fernsehsendungen werden in der Fernsehwissenschaft als ‚Texte' bezeichnet, nicht etwa, weil ihre Struktur mit jener geschriebener Texte identisch wäre, sondern weil in der Folge der poststrukturalistischen Debatte in den Geisteswissenschaften Kulturprodukte und -objekte generell als ‚Texte' bezeichnet werden, die produziert und rezipiert werden und für die Produktion von Bedeutung wichtig sind (vgl. Mikos 2008, S. 17)

5 Das Konzept der Hegemonie wird in Kapitel IV. 1 genauer ausgeführt.

Aus einem repräsentationskritischen Blickwinkel, der basiert auf aktuellen Untersuchungsergebnissen und Theorien, laut denen eine gesellschaftliche „Unterminierung des Feminismus" (McRobbie 2010, S. 38) vor allem durch die Medien vorangetrieben werde, möchte ich in der vorliegenden Arbeit unter anderem den folgenden Fragen nachgehen: Wie wird Weiblichkeit im Sender konstruiert? Welche Zuschreibungen an Weiblichkeit (z.B. Charakteristika, Werte) gehen mit diesen Konstruktionen einher? (Wie) werden vielfältige Dimensionen der Entwicklung des veränderten Status von Frauen in der Gesellschaft wider(ge)spiegelt? (Wie) werden feministische Diskurse verhandelt?

Als ‚informierte Zuschauerin' untersuche ich den Sender vor dem Hintergrund des Wissens darüber, dass Medien als Akteure, Institutionen bzw. (Regierungs-)„Technologien des Geschlechts" (de Lauretis 1996) fungieren, die Geschlecht nicht nur darstellen, sondern Wissen über Geschlecht produzieren und erheblichen Einfluss auf das ‚Selbst-Bewusstsein' der Rezipierenden haben können:

> „Besonders interessant ist dieser Boom von Mädchen und Frauen als populärkulturelles Phänomen auch in Anbetracht der Wirkung, die er auf Mädchen und Frauen, ihr Leben und Selbstverständnis hat. Von großem Interesse ist es daher, die vielfältigen Subjektpositionen, die von diesen Rollenmodellen angeboten werden, herauszuarbeiten und zu untersuchen [...]" (Lenzhofer 2006, S. 13).

Beginnen werde ich diese Ausarbeitung in Kapitel II mit einer Übersicht über die Entwicklung und Paradigmen der Forschungstradition der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung und seine Verschränkung mit Ansätzen der feministischen Filmtheorie und der Cultural Studies. Beide sind insofern für diese Analyse von Bedeutung, als die Filmtheorie insbesondere die unbewussten, ideologischen Effekte im Rahmen der Medienrezeption berücksichtigt, während in den Cultural Studies Kulturen vor allem als medial vermittelt verstanden werden. Letztere untersuchen kulturelle Praktiken und Institutionen im Kontext von gesellschaftlichen Machtverhältnissen (vgl. Winter & Engelmann 2001, S. 37).

In Kapitel III sollen postfeministische Entwicklungen als theoretische Basis dieser Arbeit näher betrachtet werden, wobei ich mich insbesondere auf die kritischen Ausführungen von Angela McRobbie (2010) und Rosalind Gill (2007) hinsichtlich der Sichtbarkeit von Frauen in Öffentlichkeit und Populärkultur im Kontext gesellschaftlicher Umstrukturierungsprozesse als Effekt marktgesellschaftlicher Foki beziehe.

In Kapitel IV geht es um die außerordentliche Relevanz von Massenmedien und Populärkultur für die Gestaltung sozialer Wirklichkeit und die einhergehende Identitätskonstruktion, die ohne die Achse Geschlecht undenkbar ist. Ich betrachte Medien als „Mittler zur Welt" (Klaus 2002, S. 11). Interdependenzen dominanter gesellschaftlicher Diskurse, medialer Repräsentationen und der Produktion von (Wissen über) Geschlechternormen werden herausgestellt. Im Rahmen dieser Arbeit spielen dabei Fernseh- und Filmfiguren eine besondere Rolle, da über diese Identitätsanrufungen an die Zuschauenden gesandt und auf diese Weise gesellschaftliche Subjektpositionen für diese bereitgestellt und (de-)normalisiert werden.

Kapitel V beschäftigt sich mit Handlungsmacht im Rezeptionsprozess bzw. in einem weiteren Schritt mit Medien als Machttechnik der Normierung und Disziplinierung. Erklärt werden soll u.a. unter Rückgriff auf die foucaultsche Gouvernementalitätstheorie, inwiefern wir während des Rezeptionsprozesses, angeregt durch hegemoniales Wissen, zur Selbstproduktion unserer Subjektivität motiviert und auf diese Weise ‚regiert' werden. Um – mit Rosalind Gills Worten – nachvollziehen zu können, „[...] how it is that social relations

based on domination, antagonism and injustice come to be seen as natural, inevitable and even desirable to those who benefit the least from them" (2007, S. 54), soll nach einer kurzen Ausführung über unbewusste Prozesse und die Produktion von Begehren in der Medienrezeption auf Basis der lacanschen Psychoanalyse, der Subjektivierungsprozess betrachtet werden. In diesem Zusammenhang beziehe ich mich insbesondere auf Judith Butlers Ausführungen bezüglich gesellschaftlicher Gender-Regulierungen, die durch die Anforderungen des Symbolischen als patriarchaler Autorität, der heteronormative und geschlechterhierarchische Ordnungen zugrunde liegen, funktionieren. Als Effekt der Herausforderung dieser Ordnungen durch feministische Bewegungen folge ich der Annahme, die auch Angela McRobbie (2010) vertritt, dass die patriarchale Autorität sich gouvernementalisiert und zur Aufrechterhaltung seiner Macht auf weibliche Aufmerksamkeitsräume verteilt. So betrachte ich zum Abschluss des Kapitels die postfeministische Maskerade als das ultimative (Regulierungs-)Instrument zur Sicherstellung von ‚Weiblichkeit'.

In Kapitel VI soll die Methodik der wissenssoziologischen Diskursanalyse nach Reiner Keller (2011) dargelegt werden, die ich gewählt habe, um die angebotenen weiblichen Identitätsvorschläge bzw. Subjektpositionen im Rahmen jener den Fernsehtexten eingeschriebenen Diskursen zu untersuchen und um die von diesen ausgehenden Bedeutungsimplikationen in einem weiteren Schritt interpretieren zu können. Nach einer Beschreibung der Materialauswahl bzw. der Zusammenstellung des Datenkorpus für die Analyse folgen eine Sender-Positionierung sowie daran anschließend die rekonstruierten Deutungsmuster als Ergebnis der Fernsehanalyse und in Kapitel VII ein abschließendes Fazit.

II Entwicklung, Paradigmen und Relevanz der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung

„[...] Konstruktionen sind immer gesellschaftlich, historisch, kulturell verortet und müssen deshalb mit der Frage verbunden werden: [...] [W]em nützen welche Konstruktionen und warum?" (Klaus 2002, S. 27).

Die kommunikationswissenschaftliche Teildisziplin „Frauen- und Geschlechterforschung"[6] begann und ging einher mit der Frauenbewegung in den USA; Frankreich, und dann auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz Ende der sechziger Jahre des 20. Jahrhunderts. So führte die Suche nach den Ursachen der Diskriminierung von Frauen hinsichtlich ihrer Lebens- und Erwerbschancen der ungleichen Arbeitsverteilung in den Familien, des Fehlens von Frauen in Politik, Wirtschaft und anderen bedeutenden gesellschaftlichen Institutionen, unmittelbar auch zu den Medien, da diese als eine der wesentlichen Sozialisationsinstanzen galten und bis heute gelten (vgl. ebd., S. 12).

Eben diese machten Mädchen zu Mädchen, Frauen zu Frauen – frühe Feministinnen lehnten es ab, ihre gesellschaftlichen Positionen, die ihr aufgrund ihrer Biologie zugewiesen wurden, als gerechtfertigt anzuerkennen. Geschlechterunterschiede seien konstruiert: „Gender ist nicht etwas, was wir haben, sondern etwas, was wir tun" (Klaus 2005, S. 19, Herv. i. Orig.).

Medien werden heute als „Motor und Agent" (Lünenborg & Maier 2013, S. 26) von Geschlechterstrukturen und -konstruktionen verstanden, denn was wir von der Welt ‚wissen' und wie wir uns die Gesellschaften, in denen wir leben, vorstellen, basiert zu großen Teilen auf Informationen aus den

6 Lünenborg/Maier (2011, S. 26) fügen hinzu, dass aber ebenso die Kommunikations- und Medienwissenschaft als Teilbereich der Geschlechterforschung positioniert werde.

(Massen-)Medien"; wir leben in einer „Medienwelt" (Klaus 2002, S. 11). So schaffen Medien Interpretationsschemata, die uns erlauben, eine individuelle oder kollektive kulturelle, gesellschaftliche Identität auszubilden, die unser Handeln fundiert und ermöglicht (vgl. ebd.).
Diese heute dominierende Konstruktionshypothese hatte in der Kommunikationswissenschaft nicht immer Vorrang, doch haben Fragen über die Verbindungen von Medienwelt und Realität diese seit jeher in maßgeblicher Weise beeinflusst. Mittels Spiegel-, Reflexions- und Konstruktionshypothesen[7] versuchten Forscher_innen, einer Antwort auf diese Fragen näher zu kommen. Die Phasen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung lassen sich nach Elisabeth Klaus (2002, S. 12) danach unterscheiden, wie die Genderkategorie jeweils verstanden wird und welche Fragen im Verhältnis von Massenmedien und Geschlecht damit aufgeworfen und untersucht werden.
So liege jeder Forschungsaktivität eine erkenntnistheoretische Position bzw. eine Vorstellung darüber zugrunde, was ‚Geschlecht' bedeutet und welche Aspekte dieser vielfältigen Kategorie untersucht werden sollen (vgl. Klaus 2005, S. 14). Die Forschungsparadigmen Gleichheitsansatz, Differenzansatz und (De-)Konstruktivismus werden im Folgenden kurz skizziert. Da dieser Arbeit ein Verständnis von Zweigeschlechtlichkeit als kultureller Konstruktion, die die Ausdrucksformen der Subjekte prägt, zugrunde liegt, werde ich bei letzterer verharren und diese weiter ausführen bzw. auf den Forschungsgegenstand beziehen.

7 Die Spiegelhypothese geht davon aus, dass Medien uns ein getreues, objektives Abbild der Realität zeigen, wohingegen die Reflexionshypothese danach fragt, welche Teile der Wirklichkeit von den Medien wahrgenommen werden, welche nicht, und welche Verzerrungen dabei auftreten. Die durchsetzungskräftige Konstruktionshypothese geht davon aus, dass Medien ihre eigene Wirklichkeit konstruieren und fokussiert die Frage, welche Ursachen und Folgen diese spezifische Konstruktion für uns und die Gesellschaft, in der wir leben, hat (vgl. Klaus 2002, S. 11).

II. 1 Gleichheitsansatz, Differenzansatz, (De-)Konstruktivismus

Der Gleichheitsansatz wird als Ursprung der Frauen- und Geschlechterforschung in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren gesehen. Dieses theoretische Konzept der Geschlechterforschung basiert historisch auf einem liberalen Politikverständnis und zielt auf die Analyse der Ungleichbehandlung von Frauen ab. Mit der Forderung der Gleichstellung von Frauen und Männern werden hier jedoch historisch männlich geprägte Entwürfe von Arbeitswelt, Öffentlichkeit oder ‚Normalbiografie' zum allgemeinen Maßstab, gesellschaftliche Machtverhältnisse werden also nicht ausreichend infrage gestellt (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 18). Der Gleichheitsansatz geht von einem autonomen Individuum, einem bürgerlichen Subjekt aus: „Macht erscheint hier vor allem als tradierte, überkommene Ungleichheit, die den Individuen Rollen zuweist, die der Verwirklichung des Freiheits- und Gleichheitsversprechens entgegenstehen" (Klaus 2005, S. 14).

In der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung wurden seit den 1970er Jahren die durch die Medien verbreiteten, oft trivialisierenden Frauenbilder, kritisiert. In Studien, die dem Gleichheitsansatz folgen, wird erstens nach der Häufigkeit der Darstellung von Frauen und Männern (seltener nach Homosexuellen) gefragt sowie zweitens nach dem ‚Wie' der Darstellung, also nach der Angemessenheit der medialen Darstellung von Frauen im Verhältnis zur jeweiligen gesellschaftlichen ‚Realität'.
Die Analyse richtet sich auf Ungleichbehandlungen in Form von Trivialisierung, Sexualisierung oder Abwertung. Gefragt wird auch danach, ob und inwiefern Medienangebote dem grundgesetzlichen Auftrag der Gleichstellung von Frauen und Männern nachkommen (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 97). Als bekannteste sei hier die Küchenhoff-Studie (1975) genannt, sowie eine Folgestudie von Monika Weiderer (1993). Beide betonen die quantitati-

ve Unterrepräsentanz und trivialisierende, auf wenige Stereotype reduzierte Darstellung von Frauen im Fernsehen. Hinsichtlich der Wirkungen, die das Fernsehen bzw. die Medien generell auf ihre Rezipient_innen haben, wurde angenommen, dass Medien als Sozialisationsagenten in der Lage sind, Menschen zu manipulieren bzw. ihre Realitätswahrnehmung zu verzerren. Die Frage, „was denn Frauen mit Medieninhalten machten, wie sie diese verarbeiteten" (Klaus 2002, S. 15), wurde nicht gestellt.
Als unbestritten galt im Gleichheitsansatz, dass vor allem Frauenzeitschriften oder Soap Operas als jene Medienprodukte, denen sich vor allem Frauen zuwenden, eine besonders konservative Rolle bei der Verfestigung traditioneller Rollenbilder zukäme (vgl. ebd., S. 16).
Der Differenzansatz geht seit den 1980er Jahren hingegen Fragen nach dem Grund für die Wahl dieser Medienprodukte von Frauen nach, betrachtet diese nicht in erster Linie als Opfer gesellschaftlicher Verhältnisse, sondern rückt sie als eigenständige und als im Verhältnis zu Männern alternativ Handelnde bzw. deren Medienhandeln in den Blick. Hier wurde der „weibliche Lebenszusammenhang" (Prokop 1976, zit. n. Lünenborg & Maier 2013, S. 19) in Form von spezifischen Ausdrucksformen, Praktiken und Lebensweisen in den Mittelpunkt der Betrachtung gerückt. Es werden also die „unterschiedlichen Lebens- und Handlungsweisen von Männern und Frauen" sowie „sozial-emotionale, biografische und biologische Besonderheiten" (ebd.) in den Fokus der Analyse genommen. Ausgehend von einer strukturanalytischen Perspektive wird die Geschlechterordnung als hierarchische identifiziert, die Ungleichheitsverhältnisse herstellt (vgl. ebd.).
Problematisch ist dieser Ansatz insofern, als er auf einem essentialistischen Verständnis von Geschlecht beruht, Frauen sind ‚anders' (als Männer). Wenn nicht qua Biologie, so würden z.B. die Fürsorge oder Kommunikationsfähigkeit doch aufgrund historisch-gesellschaftlicher Sozialisation angeeignet (vgl. ebd.). Der Differenzansatz stellt gegenüber der subjektzentrierten Perspektive des Gleichheitsansatzes die gesellschaftlichen Strukturen in den Mittelpunkt der Analyse. Macht wird als ein den Individuen äußerlich entgegenwirkendes, unterdrückendes Instrument, angenommen.Macht und Subjekt stehen sich demnach als zwei voneinander abhängige, aber getrennte Konzepte gegenüber (vgl. Klaus 2005, S. 15).

In der Forschung tauchten somit Fragen nach ‚weiblichen' oder ‚männlichen' Medientexten bzw. Genres auf. In der Journalismusforschung wurde beispielsweise danach gefragt, ob Frauen ‚anders' schreiben als Männer oder ob es einen Zusammenhang gebe zwischen den Geschlechterverhältnissen in Redaktionen und den dort bearbeiteten Themen, Genres und Formaten (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 97). Weitere Fragen und Ansätze, die sich innerhalb einer Neuorientierung bzw. Weiterführung vom Gleichheits- zum Differenzansatz ergaben, sind unter anderem die folgenden:
Weisen Medieninhalte, die Frauen als Rezipientinnen erreichen, einen Bezug zu deren Alltag und Lebenszusammenhang auf?
Spiegeln die Medieninhalte die Veränderungen im weiblichen Rollenbild und Selbstverständnis wider?
Welchen Medien und Medieninhalten wenden sich Frauen als Rezipientinnen zu?
Favorisieren Frauen andere Themen und andere Sendungen als Männer?
Wie verarbeiten Frauen die von ihnen wahrgenommenen Medieninhalte?
(vgl. Klaus 2002, S. 17). Neben einer Neuorientierung der Fragen fand auch eine Neubewertung der Medienangebote statt. Soweit nun davon ausgegangen wurde, dass die sich an Frauen richtenden Medienangebote gesellschaftlichen Wandlungsprozessen anpassten, sie also veränderte Lebensweisen von Frauen aufgriffen und auf neue Leitbilder setzten, wurden/werden diese als Angebote untersucht, mit denen das Mediensystem die Zielgruppe Frauen ansprechen und erreichen will. Warum sollten Frauen beispielswei-

se zu Frauenzeitschriften greifen, wenn diese sich nicht auch auf neue Frauleitbilder eingestellt hätten? (vgl. ebd.). Das „Ewig Weibliche" weiche der Individualisierung und Differenzierung heutiger Lebensweisen. So hätten Studien gezeigt, dass – im Gegensatz zu Ergebnissen des Gleichheitsansatzes – die Berufstätigkeit weiblicher Protagonistinnen (z.B. im Fernsehen) heute selbstverständlich sei und dass das traditionelle Leitbild der Hausfrau und Mutter kaum noch in den Medien erscheine (vgl. ebd., S. 18). Obwohl einige Studien, die sich mit Genrevorlieben und Medieninteressen beschäftigten, erklärten, dass Frauen Angebote befürworteten, die Interaktion – Beziehung – Gemeinschaft betonen, während Männer eher Präferenzen für Programme, die Aktion – Besonderung – Sieg verhießen(vgl. Klaus & Röser 1996, Röser & Kroll 1995, in ebd., S. 20), konnten Rezeptionsstudien ein ‚weibliches' Medienhandeln, das sich von einem ‚männlichen' Rezeptionsverhalten abgrenzt, nicht belegen. Jene Variante des Differenzansatzes, die die zu Beginn der Frauenforschung getroffene Unterscheidung zwischen sex (als biologisches Geschlecht) und gender (als soziales Geschlecht) wieder zu verwischen versucht und somit Männer und Frauen als naturgegeben verschieden versteht, bezeichnet Elisabeth Klaus als

> „biologistische Verbrämung von Geschlechtsunterschieden. Diese sich im Interesse der Frauen und der Anerkennung und Aufwertung ihrer Lebensäußerungen artikulierende Position verabsolutiert Geschlechterunterschiede. Durch einen solchen Essentialismus wird aber genau jenes Wertesystem gestützt, das nur Beibehaltung von Diskriminierungen dient. Was nützt es, ein ‚weibliches Händchen', ein ebensolches Geschick oder Gespür zu haben, wenn genau damit begründet wird, dass Frauen für schlecht bezahlte Jobs, für untergeordnete Positionen und nicht-akademische Tätigkeiten besonders geeignet sind?" (ebd., S. 20 f.).

Eine zweite Variante der Differenzforschung habe sich deshalb von dieser essentialistischen Strömung distanziert, aber weiterhin auf der Anerkennung von Differenz bestanden. Diese sollte die Anerkennung der unterschiedlichen Lebensbedingungen von Frauen und Männern sowie ihrer unterschiedlichen Positionierung in gesellschaftlichen Institutionen berücksichtigen. Diese Richtung betont, dass Gender nicht nur ein Individualmerkmal, sondern eine gesellschaftliche Strukturkategorie ist. Die kulturelle Zweiteilung ‚Mann' und ‚Frau' diene als ein Mittel, um hierarchische Verhältnisse zu begründen:

> „[...] Geschlechterunterschiede [setzen] sich jenseits des Willens und Wollens der einzelnen sich als Männer oder Frauen verstehenden Individuen [durch], weil sie sich tief in die gesellschaftlichen Strukturen eingegraben haben. Egal ob sich Männer und Frauen tatsächlich anders verhalten, sie werden [...] doch anders behandelt, weil an ihre Leistungen auch immer Maßstäbe von Weiblichkeit oder Männlichkeit angelegt werden" (ebd., S. 21).

Den Übergang vom Differenzansatz in den (De-)Konstruktivismus, von der Frauen- zur Geschlechterforschung, hat unter anderem das generalisierende Verständnis von ‚der Frau', das vor allem afroamerikanische Feministinnen im US-amerikanischen Diskurs kritisierten, geebnet. Wenn über den ‚weiblichen Lebenszusammenhang' gesprochen werde, liege zumeist das Bild einer weißen Mittelschichtsfrau zugrunde. So konstituierten nicht die Frauen eine kollektive Identität, sondern Differenzierungen qua Geschlecht seien auf vielfältige Weise verbunden und verwoben mit anderen Mustern von Differenz und Ungleichheit – über Klasse, Religion, Ethnizität, sexuelle Orientierung oder Alter (vgl. hooks 1981, in Lünenborg & Maier 2013, S. 19 f.).
Unter dem Begriff der Intersektionalität werden diese „Achsen der Differenz" (Knapp & Wetterer 2003, zit. n. ebd., S. 20) theoretisch und empirisch in der

Geschlechterforschung thematisiert. Aufgrund der vorangegangenen Erkenntnisse der Gleichheits- und Differenzforschung wird Gender im (De-)Konstruktivismus als vieldimensionale Kategorie anerkannt, sowie durch poststrukturalistische Theorien untermauert.

So war es Judith Butler, die einhergehend mit der Kritik an dem weiblichen Lebenszusammenhang auch dem Subjekt des Feminismus eine Absage erteilte, die Identität ‚Frau' dekonstruierte, denn „eine Frau zu ‚sein', ist sicherlich nicht alles, was man ist" (Butler 1991, S. 18). Man dürfe Frauen keine gemeinsame Identität, kein wir unterstellen, weil das die „rassischen, ethnischen, sexuellen, regionalen und klassenspezifischen Modalitäten" (ebd.) – wie oben gesagt – vernachlässige.

Diese Modalitäten kämen nicht einfach additiv zur Identität ‚Frau' hinzu, sondern prägten diese an sich und maßgeblich. Politische, also auch feministische, Praxen seien geprägt von sogenannten Identity Politics, der politischen Praxis qua Identität. Diese politischen Strategien verfolgten Politik im Namen bestimmter (meist strukturell benachteiligter) sozialer Gruppen, wobei das Subjekt der politischen Praxis weniger die konkreten Individuen in ihrer jeweiligen Vielfalt seien, sondern ein imaginiertes (Kollektiv-)Subjekt, „eine imaginäre community, ein Wir. Denjenigen also, in deren Namen man Politik macht, wird – zumindest was die politische Arena betrifft – eine gemeinsame Identität unterstellt" (Villa 2012a, S. 36).

Verschiedene weibliche Subjektpositionen (s. Kapitel IV.2) müssten somit (auch und insbesondere in der Forschung) identifiziert und berücksichtigt werden.

Insbesondere allerdings kritisierte Butler die Festlegung und Benennung eines biologischen Unterschiedes zur Kategorisierung der Menschheit in Männer und Frauen als eine bedeutungsvolle, kulturelle Handlung. Die Tatsache, dass wir in den Kategorien Mann und Frau denken, uns selbst und andere so wahrnehmen, die Vielfalt der Körper auf zwei reduzieren – das sei durch und durch eine kulturelle Konstruktion (Butler 1991, vgl. auch Klaus 2002, S. 21).

Kritisch Bezug genommen wird im (De-)Konstruktivismusansatz vor allem auf die Unterscheidung zwischen dem biologischen Geschlecht (sex) und dem sozialen Geschlecht (gender). Geschlecht wird in der (de-)konstruktiven Geschlechterforschung seit den 1990er Jahren nicht mehr länger als essentialistisches Wesensmerkmal von Personen begriffen. Stattdessen wird Geschlecht als historisch gewachsene Praxis, als etwas, das wir fortlaufend tun, erkannt: „Die sozial-kulturell konstruierte Differenz der Zweigeschlechtlichkeit zeigt sich damit als dynamisches Konstrukt, das je nach gesellschaftlichem Bedarf, Normenrepertoire oder Ressourcen wandlungsfähig ist" (Lünenborg & Maier 2013, S. 20).

So verändern sich beispielsweise Konzepte von Weiblichkeit, Mütterlichkeit und von deren visuellen Ausdrucksformen. Geschlechterdifferenz sei damit – so betonen Lünenborg & Maier (2013) – von einer sozialen Unterscheidung zu einer Differenz symbolischer Zeichen geworden (vgl. ebd.). Gefragt wird in dieser Forschungsperspektive nun nach den gesellschaftlichen Praktiken – dem Denken, Handeln und Sprechen – zur Herstellung der Geschlechterdifferenz, also wie und auf welche Weise das System der Zweigeschlechtlichkeit fortlaufend hergestellt wird.

In den Theorieansätzen des (De-)Konstruktivismus gibt es zwei Hauptrichtungen: erstens jene, die sich auf die Konstruiertheit des sozialen Geschlechts bezieht. Das Konzept des Doing Gender (West & Zimmermann 1987) beschreibt, wie wir in täglichen Interaktionen, in all unseren Lebensäußerungen, auf hegemoniales Wissen, auf die uns verfügbare Gender-Kategorisierung zurück greifen bzw. uns auf diese beziehen und in permanenten Zuschreibungs-, Wahrnehmungs- und Darstellungsroutinen reproduzieren. Biologistische Argumentationen, die eine natürliche Unterlegenheit des

weiblichen Geschlechts behaupten, werden dann mit dem Verweis auf die soziale Bedingtheit der Geschlechterhierarchie entkräftet (vgl. Dudeck & Schulz 2013). Dagegen geht eine zweite Richtung, wie sie am prominentesten Judith Butler betreibt, davon aus, dass nicht nur das soziale, sondern ebenso das biologische Geschlecht diskursiv hergestellt wird, denn wenn sich das soziale Geschlecht unabhängig vom biologischen herstellt, wirft das die Frage auf, welche Relevanz dem Biologischen noch zukommt (vgl. ebd.).
So beruhe Geschlecht nicht auf etwas biologisch Gegebenem, sondern sei ausschließlich performativ. „Performativität" beschreibt nach Butler (1995) das ritualisierte Wiederholen und Re-Inszenieren von Geschlechternormen, das unter Zwang erfolgt und Identitäten konstituiert. Frausein bestehe somit im Nachahmen jener Erwartungen, die von der Gesellschaft an die Darstellung von Weiblichkeit gerichtet werden (vgl. Haas 2006, S. 20).
Innerhalb dieser Wiederholungen seien allerdings auch (Grenz-)Verschiebungen, Veränderungen und Parodien möglich. Eben diese Grenzverschiebungen, die (mittlerweile weitestgehend) mit einer Ablehnung der konstitutiven Unterscheidung zwischen sex und gender einhergehen, sind das Ziel des (De-)Konstruktivismus. Doch sei auch diese Blickrichtung nicht frei von Problemen, erweise sich doch auch die Dekonstruktion von Geschlecht als „ewiger Kreislauf des Doing Gender. Jede Grenzverschiebung setzt eine neue Grenze, und warum sollte diese besser sein als die vorherige?" (Klaus 2002, S. 27).
Das Paradoxon der Geschlechterforschung zeigt sich darin, dass sie eben das herstellt, was sie kritisch analysiert und zu dekonstruieren sucht. Denn auch der Verweis auf Normen vermag ihre Wirkmächtigkeit zu bestätigen. Allerdings fordert die (de-)konstruktivistische Forschung hegemoniale Gendering-Prozesse heraus und stellt die Mittel dazu bereit, diese Prozesse selbstkritisch zu reflektieren (vgl. ebd., S. 22). So bin ich mir im Rahmen dieser Arbeit bewusst darüber, dass auch meine kritische Analyse der Weiblichkeitsrepräsentationen im Frauensender Sixx auf hegemoniale Geschlechterordnungen verweist und diese somit zu reifizieren vermag. Innerhalb des interventionistischen Projekts der Geschlechterforschung werden allerdings auch hier Machtverhältnisse analysiert, die Ungleichheiten sichtbar machen (wollen) und somit den Ausgangspunkt dafür schaffen, Veränderungen zu ermöglichen.
Der (De-)Konstruktivismus kann basierend auf dem Poststrukturalismus als antisubjektivistisch verstanden werden. Hier wird kein autonomes Subjekt mehr vorausgesetzt, dem Macht als etwas Äußerliches gegenübertritt. Macht wird vielmehr durch gesellschaftliche und institutionelle Praxen diskursiv hergestellt, sie wird gewissermaßen „verdoppelt", ist äußerliche und zugleich den Subjekten innerliche produktive Kraft (vgl. Klaus 2005, S. 15). Macht ist ein „produktives Netz [...], das den ganzen sozialen Körper durchzieht" (Foucault 1978, S. 35, zit. n. Karis 2012, S. 66). Die besondere Relevanz dieses Machtverständnisses für diese Arbeit wird genauer in Kapitel V.1 erläutert.

In der (de-)konstruktivistischen Medienforschung wird danach gefragt, wie in und durch Medien, also sowohl durch die Repräsentationen auf dem Bildschirm, als auch durch den Umgang der Rezipient_innen mit dem Gesehenen, Geschlechternormen (re-)produziert werden, insofern diese als „Mittler zur Welt"(Klaus 2002, S. 11) maßgeblichen Einfluss auf unsere Vorstellungen und Konzepte von Geschlecht haben und zugleich selbst von diesen strukturiert sind. Medien ‚bauen' mit und sorgen für die Aufrechterhaltung hegemonialer Bedeutungen (über Geschlecht). Obwohl Medientexte als wichtige Repräsentanten von Wissensordnungen gelten und ihnen somit eine große Macht im ‚Kampf' um Bedeutungen zukommt, brechen sie diese nur selten auf bzw. bieten widerständige Diskurse an (vgl. ebd.).
Mit den genannten Ansätzen hat sich das Wissen um das Medienhandeln von Frauen und das Gendering der Medienprodukte stetig erweitert. Doch, so

betont Klaus, werde keine der drei Blickrichtungen, die mit der Kopplung von Geschlechter- und Medienforschung auch innerhalb letzterer angewendet werden,

> „[...] vollständig durch die jeweils anderen abgelöst oder überwunden. Die Stärke der Gender Studies liegen [...] vielmehr darin, dass die einzelnen Ansätze eine Kontroll- und Kritikfunktion füreinander übernehmen können, indem sie jeweils unterschiedliche Aspekte des Medienprozesses fokussieren" (Klaus 2002, S. 12).

Wie deutlich geworden sein sollte, nehmen die Ansätze grundlegend andere gesellschaftstheoretische Positionen ein und unterscheiden sich insbesondere bezüglich ihres jeweiligen Subjekt- und Machtverständnisses (vgl. Klaus 2005, S. 14). Das von Elisabeth Klaus oben genannte unterstützende Ineinandergreifen der drei theoretischen Ansätze der Kommunikations- und Geschlechterforschung ist auch für diese Arbeit besonders wertvoll, da ich an verschiedenen Stellen jeweils auf einzelne Aspekte davon zurückgreifen werde. So orientiere ich mich beispielsweise im Rahmen der Analyse am Gleichheitsansatz, um auf das ‚wie' der Darstellung der Protagonistinnen einzugehen und beziehe mich an anderer Stelle auf die genannten Fragen des Differenzansatzes.
Dieser ist für mich von besonderem Interesse, da sich Sixx explizit als Frauensender positioniert, woraus sich folgern lässt, dass (und das zeigen auch Antworten des Senders auf von mir gestellte Fragen) von einem spezifisch weiblichen Lebenszusammenhang bzw. einer weiblichen Favorisierung bestimmter Themen und Sendungen ausgegangen wird, die mit der entsprechenden Programmgestaltung berücksichtigt werden. Der Ansatz des (De-)Konstruktivismus stellt für meine Arbeit die bedeutungsvollste Perspektive dar, da ich die Gendering-Prozesse auf der Repräsentationsebene untersuchen und die „identitätslogischen Anreden" (Villa 2013, S. 66), die mit Hilfe der Figuren an die Rezipientinnen gesandt werden, hinsichtlich ihrer (normalisierenden) Wirkmächtigkeit im Sinne einer möglichen (Re-)Produktion bzw. –konstruktion hegemonialer Weiblichkeitsvorstellungen theoretisch nachzeichnen möchte. (Re-) bezieht sich hier im Kontext des Postfeminismus in erster Linie auf den Verdacht der Repräsentation reaktionärer bzw. stereotyper Rollenbilder.

II. 2 Die Kopplung von Cultural Studies, Kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung (=Gender Media Studies) und Filmtheorie

Als Teil des theoretisch-methodischen Ansatzes, den ich im Rahmen der hier vorgenommenen geschlechterkritischen Senderuntersuchung nutze, sollen im Folgenden der Nutzen der Kopplung des Cultural Studies-Ansatzes mit der Teildisziplin kommunikations- und medienwissenschaftliche Geschlechterforschung erläutert werden. Anschließend werden diese Ausführungen – Tanja Maier (2007) und Brigitte Hipfl (2008) folgend – durch Ansätze der (feministischen) Filmtheorie, „die sich unter anderem mit den ideologischen, unbewussten, nicht intendierten Effekten befassen, die im Prozess der Aneignung von Fernsehen respektive Fernsehserien zum Tragen kommen" (Maier 2007, S. 19), ergänzt.
Für mein Vorhaben bietet sich der Cultural-Studies-Ansatz besonders an, da die Auseinandersetzung mit Medien hier eine lange Tradition hat und Kulturen vor allem als medial vermittelt begriffen werden. Das Kulturverständnis der Cultural Studies, die sich in den 1960er Jahren am ‚Centre for Contemporary Cultural Studies' an der Universität Birmingham zu formieren

begonnen haben, setzt sich zusammen aus einem kulturalistisch orientierten Zugang, der die kulturellen Praktiken und Handlungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen innerhalb spezifischer sozialer Kontexte untersucht, einerseits, und einem strukturalistisch orientierten Zugang, der Kultur als Bedeutungssystem, das bestimmte Artefakte, Organisationsstrukturen etc. umfasst, begreift, andererseits (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 34). Durch die Synthese beider Zugänge begreifen aktuelle Konzeptionen Kultur im Spannungsfeld von Text (z.B. Kunstwerke, Bücher, Filme, Fernsehsendungen) und Handlung (Rituale, Routinen, Interaktionen). Kultur ist demnach „ein dynamischer und andauernder Prozess; zugleich Produkt und Prozess einer alltäglichen sozialen Praxis" (Maier 2007, S. 24). Ein sehr umfangreiches Zitat, das beschreibt, wie wir selbst (mediale) Alltagskulturen formen und von diesen geformt werden und somit die „Dynamik von struktureller Macht und individueller Handlungsmacht treffend beschreibt" (ebd., S. 25), bieten prominente Vertreter der Cultural Studies – u.a. Stuart Hall und John Clarke – an:

> „Eine Kultur enthält die ‚Landkarten der Bedeutung', welche die Dinge für ihre Mitglieder verstehbar machen. Diese ‚Landkarten der Bedeutung' trägt man nicht einfach im Kopf mit sich herum: sie sind in den Formen der gesellschaftlichen Organisationen und Beziehungen objektiviert, durch die das Individuum zu einem ‚gesellschaftlichen Individuum' wird. Kultur ist die Art, wie die sozialen Beziehungen einer Gruppe strukturiert und geformt sind; aber sie ist auch die Art, wie diese Formen erfahren, verstanden und interpretiert werden. Ein gesellschaftliches Individuum, das in ein bestimmtes System von Institutionen und Beziehungen hineingeboren wird, wird gleichzeitig auch in eine bestimmte Konfiguration von Bedeutungen hineingeboren, welche ihm Zugang zu einer Kultur verschaffen und es in dieser lokalisieren [...]. Männer und Frauen werden daher durch Gesellschaft, Kultur und Geschichte geformt und formen sich selbst. So bilden die bestehenden kulturellen Muster eine Art historisches Reservoir – ein vorab konstituiertes ‚Feld der Möglichkeiten'-, das die Gruppen aufgreifen, transformieren und weiterentwickeln. Jede Gruppe macht irgendetwas aus ihren Ausgangsbedingungen, und durch dieses ‚Machen', durch diese Praxis wird Kultur reproduziert und vermittelt. Aber diese Praxis findet nur in dem gegebenen Feld der Möglichkeiten und Zwänge statt" (Clarke u.a. 1979, S. 41 f., zit. n. ebd., Herv. i. Orig.).

Ausgehend von den Cultural Studies begreife ich hier Medien als Kommunikationsmittel, als „bedeutungsvolle Vermittler von gesellschaftlich dominanten Ideologien und kulturellen Bedeutungen" (Hall 1989, zit. n. Lünenborg & Maier 2013, S. 35). Tanja Maier betont zudem, dass es entscheidend sei zu beachten, dass Medienkulturen, und als integraler Teil dieser, das Fernsehen, immer in Zusammenhang, in Wechselwirkung mit politischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Macht stehen und entsprechend analysiert werden: „Alle televisuellen Kulturen sind historisch, gesellschaftlich, politisch spezifisch – und damit eben auch veränderbar" (Maier 2007, S. 27). Diese Veränderbarkeit ist im Rahmen von Theoriebildung als politischer Intervention (vgl. ebd.) sowohl für die Cultural Studies als auch für die Gender Studies relevant.

Die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung ist seit den 1990er Jahren mit den Cultural Studies verschränkt, auch wenn hier die Anfänge, wie Elisabeth Klaus (2008) erklärt, nicht konfliktfrei verliefen. So hätte in den Anfängen der CCCS Geschlecht als Gegenstand in der Forschung bzw. Gendering-Prozesse in Alltag und Kultur keine Rolle gespielt. Die ‚Women´s Study Group' der CCCS veröffentlichte eine kritische Publikation, die auf die Leerstellen der bisherigen Forschung hinwies und diese somit

zu füllen begann. Als nachhaltiger Effekt dieser Intervention wurden die Gender Studies in der Mitte der Cultural Studies verankert (vgl. ebd., S. 212). Gemeinsam ist den Gender und Cultural Studies ihr Interesse an dem Dreigespann (Alltags-) Kultur, Medien und Macht und einhergehend ihre Arbeit an „shifting boundaries" (ebd., S. 204) einer globalisierten Gesellschaft, also ihr Bemühen, scheinbar festgefügte Grenzen durch ihre kontinuierliche Einbindung in Bedeutungs(re-)konstruktionen zu verändern.

In den Worten von Elisabeth Klaus (2008, S. 204 ff.) „überschreiben" sich Gender und Cultural Studies gegenseitig, womit sie die gegenseitige Beeinflussung und den daraus resultierenden Profit für die Erweiterung des Spektrums von Fragestellungen und Forschungsperspektiven beider Projekte meint. So öffne der Kulturbegriff der Cultural Studies den Blick auf Alltagspraktiken, in die Frauen aktiv eingebunden und welche durch Ambivalenz gekennzeichnet seien – zugleich „die bestehende Ordnung stützend und immer auch Keim ihrer Veränderung tragend" (ebd., S. 205).

Neben der Integration des Cultural-Studies Ansatzes in die feministische Kommunikationswissenschaft spielt(e) vor allem die Integration von filmwissenschaftlichen Ansätzen eine entscheidende Rolle. Während die Medienstudien der Cultural Studies sich zumeist mit dem Fernsehen beschäftigen, oft empirisch und ethnographisch nach den Interpretationen, Lesarten und Nutzungsweisen konkreter Zuschauer_innen fragen und davon ausgehen, dass die Bedeutungen durch die Rezipierenden bestimmt bzw. konstruiert werden, beschäftigt sich die (feministische) Filmtheorie – wie der Begriff bereits impliziert – mit dem (Kino-)Film und durch diesen vergeschlechtlichten Blickstrukturen (Psychoanalyse), der Filmsprache und der Inszenierung von Subjektpositionen (Semiologie) und – im Laufe fortgesetzter Theoriebildung – mit Fragen der Zuschauer_innenpositionen und deren Bedeutungszuschreibungen (Kognitivismus) (vgl. Hipfl 1995; Maier 2007; Braidt & Jutz 1999, 2002).

Die psychoanalytisch und semiologisch orientierte Filmtheorie geht davon aus, dass Bedeutungen maßgeblich durch die Medientexte bestimmt werden und interessiert sich stärker für die unbewussten und ideologischen Effekte der Medialität; sie fragt aus dieser Perspektive danach, wie filmische Repräsentationen Bedeutung produzieren (vgl. Maier 2007, S. 39). Zwar hat sich die feministische Filmtheorie weit ausdifferenziert, doch wird von den meisten Autor_innen die Grundannahme geteilt, dass das Kino als ein ideologischer Apparat verstanden werden kann, der durch seine visuellen und erzählerischen Verfahrensweisen spezifische (z.B. sexuelle, geschlechtliche) Subjektpositionen schafft und damit bestimmte Bedeutung+t, andere herabsetzt oder marginalisiert (vgl. ebd.). Das Begehren der Zuschauenden werde durch Filme bzw. das Kino gelenkt, wodurch hegemoniale Geschlechter- und Sexualitätskonstruktionen aufrechterhalten (und seltener angefochten) würden. So haben strukturalistisch und psychoanalytisch arbeitende Filmtheoretikerinnen wie Laura Mulvey, Mary Ann Doane oder Teresa de Lauretis dargelegt, wie Geschlechterverhältnisse und –ideologien im Film und im Kino wirksam werden.

Mittels eines Herausarbeitens von Subjektpositionen aus den filmischen Konstruktionen wird in der Filmtheorie untersucht, inwieweit ein Medientext die Rezipierenden zu bestimmten Interpretationen, Lesarten und Identifikationen einlädt. Hinsichtlich der Frage, welchen Anteil die Medien an der Definition von Realität und der Repräsentation von Weiblichkeit und Männlichkeit haben, wird auf die Mechanismen der Identifikation und Fantasie (vgl. Hipfl 2008) verwiesen. Individuen reagierten auf ‚Anrufungen' durch die Ideologien, die die Repräsentationen im Film bereitstellen, erkennen sich als deren Subjekte und werden in dieser Weise gleichzeitig als Subjekte dieser Ideologien konstituiert (vgl. Hipfl 1995, S. 150). Dieses Verständnis von Ideologie als Prozess geht auf den französischen Philosophen Louis Althusser

(1977) zurück[8] und wird auch von Judith Butler, insbesondere in ihrem Werk Psyche der Macht (2001) genutzt, um zu zeigen, dass die Bedingung für das Entstehen von Subjektivität und Bewusstsein die Unterwerfung unter gesellschaftliche Machtstrukturen ist. Butlers Fokus in diesem Zusammenhang ist die geschlechtliche Identität.

Aus dem Interesse für das Unbewusste heraus hat die frühe Filmtheorie kaum Rezeptionsstudien hervorgebracht und wurde vor allem dahingehend kritisiert, dass die textbasierten Analysen keinen Platz für ein aktives, empirisches (weibliches) Publikum ließen. Dies betraf vor allem den wohl prominenteste Aufsatz Visual Pleasure and Narrative Cinema von Laura Mulvey (1979), der in psychoanalytischer Manier danach fragt, wie das Unbewusste, das von der herrschenden patriarchalen Ordnung geprägt sei, die Lust am Schauen strukturiert. Während für den männlichen Zuschauer eine Identifikation mit dem männlichen Protagonisten möglich sei, repräsentiere die weibliche Figur im Film stets to be looked at ness, das zumeist sexualisierte Schau-Objekt. Kritisiert wurden unter anderem die fehlenden Identifikationsmöglichkeiten für ein weibliches Publikum (wie konnte dieses somit Vergnügen am Film empfinden?), also die dualistische Konzeption der Schaulust als aktiv/männlich und passiv/weiblich und die Ausblendung weiblicher Subjektivität im Kino. Reagiert wurde auf diese Kritik von Mulvey selbst in ihren Afterthoughts (1981), in denen sie die Identifikationsmöglichkeiten für Zuschauende in Anlehnung an Freud erweiterte und diesen eine Art transvestitische Position zur Identifikation auch mit dem aktiven, männlichen Teil ermöglichte. Allerdings müsse auf diese Weise für „jedes Begehren, das mit Aktivität verbunden ist, eine männliche Position eingenommen werden" (Hipfl 1995, S. 154). Mulveys Kollegin Mary Ann Doane (1985) knüpfte an dieses Modell an und erweiterte es mit dem Begriffspaar Distanz und Nähe: Einerseits werde die Zuschauerin dazu eingeladen, eine solch enge Beziehung zum Filmbild einzugehen, dass es zu einer masochistischen Überidentifikation komme – sie werde dann praktisch das Bild.

Andererseits habe sie aber auch die Möglichkeit, Weiblichkeit als Maskerade einzusetzen, die abgelegt werden könne, um so eine Distanz zum Bild (vgl. Maier 2007, S. 41) und somit Lust am Kino zu erlangen. Auch wenn beide Autorinnen Positionen für Zuschauerinnen erweitern halfen, hielten sie dennoch eher an einer heterosexistischen Ordnung fest, als dass sie zu Veränderungen bzw. Widerstand gegen patriarchale Ordnungen beitrugen.

So widmete sich die feministische Filmanalyse einhergehend mit Genres, in denen Frauen eine aktivere Rolle zukomme, wie etwa im weiblich konnotierten Melodrama (vgl. Trischak 2002, Abs. 9-10). Doane zufolge handele es sich aber beim ‚Frauenfilm' ebenfalls um ein Produkt, das zur Regulierung der weiblichen Subjektivität in einer patriarchalen Kultur beitrage, insofern Macht nicht nur durch Unterdrückung, sondern produktiv arbeite, indem Positionen konstruiert würden, die die weiblichen Zusehenden entsprechend annehmen könnten (vgl. ebd.). Im Zusammenhang mit semiologischen und psychoanalytischen Ansätzen schlug die Filmwissenschaftlerin Teresa de Lauretis in Anlehnung an Foucaults ‚Technologie des Sexes' eine anti-essen-

8 Aufbauend auf eine strukturalistische Theoriebildung (bzw. ihre Synthese mit kulturalistisch orientierten Zugängen) innerhalb der Cultural Studies, die Stuart Hall maßgeblich beeinflusste und die es ermöglicht, Beziehungen innerhalb einer Struktur zu analysieren und zu evaluieren, wird der Begriff der Ideologie virulent: Nach Louis Althusser beschreibt dieser das imaginäre Verhältnis der Individuen zu ihren realen Existenzbedingungen (vgl. Althusser 1977, in Maier 2007, S. 34). Ideologien seien dabei - so Hall - keine falschen Ideen, sondern die meist „unbewussten Kategorien, durch die die Verhältnisse repräsentiert und gelebt werden" (Hall 1999, S. 127, zit. n. ebd.). Wie später mit dem Begriff der Interpellation (Anrufung) nach Althusser noch deutlich wird, ist dieser ein wichtiger Ausgangspunkt in feministischen sowie medienwissenschaftlichen Theorien, die nach der ideologischen (Re-) Produktion von Macht- und Herrschaftsverhältnissen im Feld des Kulturellen fragen (vgl. Maier 2007, S. 34). Somit beruhe die Funktionsweise von Ideologien darauf, für individuelle oder kollektive Subjekte Identifikations- und Wissenspositionen zu bauen (vgl. Hall 1989, S. 152, in ebd., S. 35).)

tialistische Konzeption von Geschlecht und Medialität vor (vgl. de Lauretis 1996, in. Maier 2007, S. 42). Mit der „Technologie des Geschlechts" erklärte sie Geschlecht nicht als eine natürliche Eigenschaft des Körpers, sondern als Effekt von verschiedenen sozialen und kulturellen Prozessen: „Die Konstruktion des Geschlechts ist Produkt und Prozeß von Repräsentation und Selbstrepräsentation" (ebd., S. 68). So werde innerhalb medialer Repräsentationen und (Aneigungs-) Prozesse Geschlecht ebenso hergestellt wie beispielsweise innerhalb wissenschaftlicher oder feministischer Diskurse (vgl. Maier 2007, S. 42). Die zwei ‚Seiten' von Medien als Technologien des Geschlechts beziehen sich – wie später noch deutlich werden soll – sowohl auf die Repräsentationen, als auch auf die sozialen Rahmenbedingungen und entsprechenden Gebrauch und Weiterverarbeitung durch die Zuschauerschaft. Medien als Technologien des Geschlechts zu verstehen, beleuchtet, „wie die Repräsentation des Geschlechts durch die gegebene Technologie konstruiert und auch, wie sie von jedem einzelnen Individuum, an das sich die Technologie richtet, subjektiv aufgenommen wird" (de Lauretis 1996, S. 73, zit. n. ebd.). Da Filmtheoretikerinnen zunehmend nach einer theoretischen Basis suchten, die Frauen mehr Handlungsspielraum zugestand und auch andere Identitätsachsen wie Ethnizität oder Klasse miteinbezog, orientierten sich in der Folge viele an den Theorien der Cultural Studies, um Raum für mehr Widerstand für Zuschauerinnen zu finden. Der Ansatz der Cultural Studies bot Feministinnen einen neuen Zugang zur Text-Leserinnen-Beziehung. Feminismus veränderte in der Folge die Cultural Studies und umgekehrt (vgl. ebd., S. 13):

> „In den 90er Jahren schließlich führte – nicht zuletzt unter dem Einfluß der Cultural Studies – das gemeinsame Interesse für Fragen der Zuschauerschaft in ihrer ‚gendered dimension' zu einer tendenziellen Annäherung zwischen feministischer Film- und Fernsehforschung" (Braidt & Jutz 1999, S. 379, Herv. i. Orig.).

Auch Tanja Maier betont, dass es für die feministische Medienforschung „unproduktiv" sei, die zuschauerorientierten Problemstellungen der Cultural Studies von jenen der Filmtheorie zu trennen, böten sie doch in Kombination ein vielfältigeres Verständnis von Medienrezeptions- und Aneignungsprozessen (vgl. Maier 2007, S. 39). Auch Brigitte Hipfl (2008) zeigt aus einer Position innerhalb der Cultural Studies, dass eine Annäherung der beiden Theoriestränge ertragreich sein kann. Genauer formuliert das Annette Kuhn:

> „[...] to combine the approaches of cultural studies and ideological film analysis [...] has proved especially productive in readings of cultural texts which explore overt and subtextual themes and images relating to gender and sexual difference as these are produced through figurations of the body (Kuhn 1999, S. 148, zit. n. Trischak 2002, Abs. 58).

III Postfeminismus

III. 1 Die Liaison zwischen Feminismus und Neoliberalismus

An dieser Stelle sollen zunächst – anknüpfend an die Hinweise zum ‚Projekt' des Neoliberalismus in Kapitel I – politische Dimensionen bzw. Aspekte einer aktuellen und kontroversen Sichtbarmachung von Frauen in der Öffentlichkeit dargelegt werden, bevor ich im nächsten Abschnitt genauer auf die Entwicklung(en) der Begrifflichkeit und das dieser Arbeit zugrunde liegende Verständnis des Postfeminismus, eingehe.

Junge Frauen erleben derzeit einen Prozess der Sichtbarwerdung, sie werden aktiv in einem Kontext sozialer, politischer und ökonomischer Transformationen positioniert (McRobbie 2010, S. 94) und dazu aufgefordert, sich selbst als privilegierte Subjekte des sozialen Wandels bzw. postwohlfahrstaatlichen Umbaus anzuerkennen; die internationale Wettbewerbsfähigkeit Deutsch-

lands sowie anderer westlicher Staaten wäre ohne die wirtschaftliche Integration von Frauen nicht denkbar. Sie sind vordergründig so erfolgreich wie nie und der Neoliberalismus hat durchaus neue Chancen für manche von ihnen geschaffen. Doch bleibt öffentliche bzw. mediale Sichtbarkeit den vorzeigbaren leistungs- und erfolgsorientierten „Top Girls" vorbehalten, die im Sinne neoliberaler Prinzipien und gekoppelt an feministische Werte wie Selbstbestimmung und Wahlfreiheit, vermeintlich „durch das individuell [von ihnen] Erreichte und Gelebte" (Dorn 2006, S. 37) zum Erfolg gelangen.

Diese Art neuer, liberaler „Elitefeminismus" (Merlitsch 2013, Abs. 1) erweise sich jedoch als ambivalent: „[E]s ist nicht notwendig ein Erfolg für alle Frauen, (nur) erfolgreiche Frauen zu sehen", sagen auch Paula-Irene Villa und Sabine Hark (zit. n. ebd., Abs. 9), denn die wenigen ‚Erfolgsfrauen' werden innerhalb bestimmter Aufmerksamkeitsräume sichtbar, die ihrerseits bestimmte regulative Dynamiken in Gang setzen: Das Bild der erfolgreichen Frau nimmt die Sphäre der Repräsentation so sehr ein, dass Ungerechtigkeiten dahinter verschwinden, schlicht dethematisiert werden (vgl. Strübe 2011). Verschwiegen wird, dass viele in den Vordergrund gerückte „Klasse-Frauen" (Dorn 2006, S. 37) bereits aus privilegierten Verhältnissen stammen und selbst diese „aufgrund von männlichen Seilschaften und Vorurteilen" an die „gläserne Decke" (Merlitsch 2013, Abs. 7) und somit an ihre Grenzen beruflichen Vorankommens stoßen.
Diese Aufmerksamkeitsräume, von McRobbie beschrieben als Repräsentationen, die sich auf bestimmte Positionierungen begrenzen, suggerieren, feministische Forderungen nach Gleichberechtigung seien erfüllt, womit ein solidarischer Feminismus dereguliert werde (vgl. McRobbie 2010, S. 40).
Ausgeschlossen von diesen Aufmerksamkeitsräumen und somit verbannt aus dem diskursiven Fokus werden im Niedriglohnsektor bzw. in Teilzeitarbeit beschäftigte Frauen, die durch die Flexibilisierung der Arbeitsmärkte und einer Privatisierung sozialer Absicherung oft prekären Lebensverhältnissen ausgesetzt sind. Auch wenn die soziale Ent-Sicherung bzw. zunehmende Privatisierung der Sorge um die soziale Sicherung, wie die Politikwissenschaftlerin Katharina Pühl diese Entwicklung beschreibt, nicht nur Frauen betreffe, so ließe sich doch erkennen, „dass die spät gewährte soziale Sicherung von Frauen [...] insbesondere für diejenigen mit wenig Einkommen immer noch deutlich prekärer ist als die von Männern" (Pühl 2008, S. 121).
Eine ausreichend entlohnte und auf Dauer gestellte Erwerbsarbeit als Grundlage sozialer Sicherung sei für viele [Frauen] zunehmend nicht realisierbar. Dies beinhalte das Risiko der Altersarmut, aber auch die zunehmend schwierigere Absicherung in und nach Übergangsphasen (z.B. Erziehungspausen), welche auf Rücknahmen sozialstaatlicher Leistungen zurückzuführen sei. So bleibt die implizite Norm des männlichen Familienernährermodells in vielen sozialen Deregulierungsmaßnahmen weiterhin wirksam (vgl. ebd., S. 120), dient als Basis der sozialen Sicherung für Frauen und geht gleichzeitig mit deren (finanziellen) Abhängigkeit einher.

Die Arbeitskräfte zur Ertragssteigerung, ohne die der liberalisierte Kapitalismus nicht existieren kann, sind in unverhältnismäßig großer Zahl Frauen – jedoch vorwiegend in unterbezahlten Teilzeitbeschäftigungen (ebd., S. 117) und nicht in Top-Positionen, wie es suggeriert und womit gleichzeitig die Notwendigkeit des Feminismus abgewickelt wird (vgl. McRobbie 2010, S. 40). Frauen strömen auf die Arbeitsmärkte, während gleichzeitig feministische Werte wie Selbstbestimmung, Unabhängigkeit und Selbstverantwortung ad absurdum geführt und in den Dienst eines durch den neoliberalen Kapitalismus propagierten Individualismus gestellt werden (vgl. Fraser 2013, S. 29), in dem „Individuen zunehmend dazu aufgerufen werden, ihre eigenen Strukturen zu schaffen. Diese Aufgabe müssen sie innerlich und individuell bewältigen" (McRobbie 2010, S. 41), weil soziale Umverteilungspolitiken,

die Lohnspreizungen regulieren könnten, „als Einschränkung von Investitionsmöglichkeiten betrachtet [werden], die allein für marktgenerierend und -fördernd" (Pühl 2008, S. 108) gehalten werden.

> „Was macht es schon, dass die hinter diesem neuen Leitbild verborgene Realität in abgesenkten Entlohnungsniveaus besteht, in verminderter Arbeitsplatzsicherheit, sinkenden Lebensstandards, einem steilen Anstieg der pro Haushalt geleisteten Lohnarbeitsstunden [...]? Der desorganisierte Kapitalismus macht aus Scheiße Gold, indem er über die neue Geschlechtergerechtigkeit fabuliert und darüber, wie herrlich weit es die Frauen doch gebracht hätten" (Fraser 2009, S. 52).

So habe der relative Machtzuwachs von Frauen nicht zu einer Umverteilung innerhalb der Geschlechterverhältnisse geführt. Ganz im Gegenteil, denn er finde auf Kosten von Frauen weniger privilegierter und nicht-westlicher Herkünfte statt:

> „Inwiefern können wir also von Emanzipation sprechen, wenn sich der berufliche Aufstieg bestimmter Frauen der Diskriminierung anderer Frauen am formellen Arbeitsmarkt, insbesondere Migrantinnen, verdankt? Wenn die Selbstermächtigung der einen auf Kosten anderer Frauen geht?" (Merlitsch 2013, Abs. 11).

In einer neuen Gestalt bleiben neben einer Neuorganisation von Arbeitskraft weiterhin strukturelle geschlechtsspezifische Differenzen in Bezug auf Chancen am Arbeitsmarkt bestehen, die neue Differenzen zwischen Frauen schaffen (vgl. Pühl 2008, S. 114). Das Problem ist, dass aus einer Möglichkeit des Erfolgs von Frauen Geschlechtergerechtigkeit abgeleitet wird, wenn tatsächlich aber keine ausreichende Chancengerechtigkeit gesichert ist.

Die Politikwissenschaftlerin und US-amerikanische Feministin Nancy Fraser (2013) geht davon aus, dass ursprünglich feministische Ideale der neuen Frauenbewegung und die Kritik am ehemals staatlich organisierten Ökonomismus und der geschlechterorientierten Arbeitsteilung ungünstig mit einer historischen Wesensveränderung des Kapitalismus hin zu seiner neoliberalen Variante zusammentrafen. Aufgrund einer des Second-Wave Feminismus und seiner Forderungen inhärenten Kompatibilität mit verschiedenen Zukunfts- bzw. Gesellschaftsszenarien sei dieser in den letzten Jahren zugunsten eines liberal-individualistischen Szenarios aufgelöst worden (vgl. ebd., S. 30).

Der Aufstieg des Neoliberalismus habe das Terrain, auf dem die Neue Frauenbewegung operierte, dramatisch verändert, mit dem Ergebnis, dass eine Umdeutung feministischer Ideale stattfand (vgl. Fraser 2009, S: 50). Als prominentes Beispiel führt sie die feministische Kritik am family wage, dem Ideal einer aus einem männlichen Alleinverdiener und einer Hausfrau bestehenden Familie, an, die im Zuge deregulierter Arbeitsmarktpolitiken dem Ideal eines flexibilisierten Kapitalismus als Rechtfertigung zu dienen scheint. Denn aus dem alten Ideal des Familieneinkommens wurde die „neuere, modernere – und vom Feminismus augenscheinlich gutgeheißene – Norm der Doppelverdienerfamilie" (Fraser 2013, S. 30). Allerdings sind Frauen häufig Zu-Verdienerinnen im Rahmen von Halbtags- oder Niedriglohnarbeit, die als eine weit verbreitete Frauenangelegenheit erkannt ist und – wie oben angeführt – Risiken sozialer Ent-Sicherung sowie Spaltungen zwischen verschiedenen sozialen Gruppen birgt (vgl. Pühl 2008, S. 121).

Weitere diskriminierende Faktoren wie direkte und indirekte Lohnungleichheiten verstärken den asymmetrischen Charakter sozialer Sicherung (vgl. ebd.). Fraser (2013) spricht von einer „gefährlichen Liaison", innerhalb welcher der Traum von der Frauenemanzipation in den Dienst der kapitalistischen Akkumulationsmaschine gestellt wird:

> „Die kulturellen Veränderungen, die die neue Frauenbewegung in Gang setzen konnte, dienten, so heilsam sie auch an sich sind, zugleich der Legitimation eines strukturellen Umbaus der kapitalistischen Gesellschaft, welcher feministischen Visionen einer gerechten Gesellschaft diametral zuwiderläuft" (Fraser 2009, S. 44).

Um intelligible Weiblichkeit im Zuge gesellschaftlicher Veränderungen zu beweisen, würden Frauen – so McRobbie – gewisse Spielregeln und Verhaltenscodes an die Hand gegebenen, denen zu entsprechen ein Erfolgsversprechen beinhalte (vgl. Strübe 2011). Um während der Begegnung mit Männern auf „Augenhöhe trotz Emanzipation" (ebd.) noch begehrlich zu bleiben und die heterosexuelle Matrix nicht zu gefährden, würden Frauen mobilisiert, den sich ständig perfektionierenden Weiblichkeitstechnologien konform zu handeln. Diese dienen jedoch gleichzeitig und unbewusst als Schwächung ihrer eigenen Position insofern, als das Selbstmanagement, wie ich noch herausstellen werde, solch regulierende Kraft besitzt,

> „dass es kaum einer dominanten Präsenz des Patriarchats bedarf und somit auch Machtzugriffe verschleiert werden. Die Frauen haben sozusagen die Macht an ihrer eigenen Unterdrückung mit übernommen, dies jedoch nach den Regeln der Nützlichkeit und unter dem Postulat der Unabhängigkeit" (ebd.).

III. 2 Historische und begriffliche Entwicklungen

Postfeminismus ist zu einem der am meisten umkämpften Begriffe innerhalb der feministischen Kulturanalyse geworden; es gibt vielfältige Erklärungsansätze dazu, was der Begriff meint. Doch gibt es drei dominante Diskussionsstränge, die sich wiederum aus diversen Diskursen zusammensetzen.

Der erste bezieht sich auf die Kopplung von feministischen mit poststrukturalistischen und postmodernen Theorien, wie sie vor allem Judith Butler vertritt. In diesem epistemologischen Bruch, der sich u.a. gegen feministische Ansätze, die ein dualistisches Geschlechtersystem stützen, wendet, wird Geschlecht als an andere Ungleichheit generierende Kategorien (Ethnizität, Klasse, Nationalität, Sexualität) gekoppelt verstanden. Darüber hinaus wird die Kategorie Frau, die sowohl biologisch als auch gesellschaftlich verankert ist, abgelehnt.

Der zweite Strang versteht Postfeminismus im historischen Sinne als eine Zeit nicht nach dem Feminismus per se, sondern als eine Zeit nach der Zweiten Welle. Kritisch betrachtet wird hier eine Polarisierung von Feminismus und Weiblichkeit. Postfeminismus wird in diesem Sinne als eine der jetzigen Zeit angepassten Weiterentwicklung von Inhalten verstanden: das Präfix „post" impliziert somit eine zeitliche Folge, d.h. Postfeminismus wird als nachfolgende Reflexion des Feminismus verstanden, ohne dessen Wirkung zu negieren.

Der meiner Analyse zugrunde liegende kritische Blick auf die Geschlechterrepräsentationen in den Medien basiert auf dem dritten und derzeit populärsten Strang, der von einem anti-feministischen Backlash ausgeht: mit Hilfe verschiedenster (und vor allem Medien-)Diskurse wird zu vermitteln versucht, der Feminismus sei überkommen und Frauen sehnten sich nach ihrem ‚Recht' auf Weiblichkeit. Die nachfolgenden Erläuterungen sollen diese Stränge noch weiter ausführen.

Obwohl der Begriff des Postfeminismus schon länger bekannt ist, wird sein Ursprung aufgrund der Popularität, an welcher er in den achtziger Jahren durch den öffentlichen Diskurs nach der zweiten Welle der Frauenbewegung v.a. in den USA gewinnt, auf diese Zeit datiert. Der Begriff des Backlash bezieht sich auf einen in dieser Zeit massiven antifeministischen Gegenschlag, nachdem die Frauenbewegung einige ihrer Ziele erreicht hatte und

äußerte sich u.a. in einer Frauenfeindlichkeit in der Massenkultur, einer Antiabtreibungsbewegung und einer ‚neuen Weiblichkeit' in der Mode (vgl. Voß 2005, Abs. II).

Eine ausführliche Erläuterung dieser Entwicklungen ist in Susan Faludis Klassiker Backlash (1993[1991]) nachzulesen. Seit Ende der 1980er Jahre, in denen das Adjektiv postfeministisch negativ konnotiert war und das Ende und das Scheitern des Feminismus signalisierte (vgl. Haas 2006, S. 7), hat sich bisher kein Konsens über die genauen Semantiken ergeben. Die Erklärungsansätze sind von historischen und definitorischen Überschneidungen ebenso wie von Widersprüchen durchzogen.

In Deutschland tauchte der Postfeminismus-Begriff erst gegen Ende der 1990er Jahre parallel zu einem Third Wave Feminism[9] in den USA auf und wird vor allem im popkulturellen Zusammenhang mit der riot-grrrl-Bewegung gesehen; einer Positionierung von (Punk-Rock-)Musikerinnen, die sich in ihrer Selbstinszenierung der Sprache und Symboliken des Patriarchats bedienen und diese durch Übertreibung aggressiv und offensiv subvertieren, um sich dem sexualisierten Objektstatus zu entziehen (vgl. Sabisch 2002, S. 3). Wie bereits erwähnt, kann der Postfeminismus auch als eine Art des Feminismus nach der Zweiten Welle verstanden werden, was – wie ich unten erläutere – laut den Soziologinnen Villa und Hark in Anlehnung an die Analysen der britischen Soziologin McRobbie bedenklich sei, denn „um von einem ‚neuen Feminismus' sprechen zu können, muss ein ‚alter Feminismus' angenommen und sich zugleich von ihm abgewendet werden" (Villa & Hark 2010, S. 13).[10]

Parallel zu der Einführung der negativen Bezeichnung in den achtziger Jahren entwickelte sich mit der postmodernen Dekonstruktion die Vorstellung von einem nicht-definierbaren, pluralistischen Postfeminismus, der sich weitgehend im Einklang mit der postmodernen Verabschiedung von Identität und Gesellschaft widersprüchlich und offen zeigt (vgl. Haas 2006, S. 7). Auf der Ebene des akademischen Kontexts wird der Postfeminismus, zumeist beeinflusst von postmoderner und postkolonialer Theorie, in einen Begriff übersetzt, in dessen Mittelpunkt keine materiellen Verhältnisse, sondern die selbstreflexive Theoriebildung steht (ebd.):

> „Während der second wave feminism sich mit den Strukturen der Unterdrückung und dem Kampf für gleiche Rechte auseinander setzte, versteht sich der Postfeminismus als Diskurs über solche Probleme" (ebd.): „[...] popular postfeminism also forms a reflexive lens that opens up conversations about mainstream representations of feminism" (Isbister 2008, S. 6).

In diesem Sinne werden derweil im akademischen Kontext die verschiedenen Varianten des Postfeminismus thematisiert, wobei populärkulturelle Abwicklungen im Sinne der aktuellen „Komplexifizierung des Backlash" nach McRobbie (2010, S. 24 f.) stetig an Bedeutung gewinnen.

Als Schnittstelle von Postmoderne, Poststrukturalismus und Postkolonialismus seit den 1970er bzw. 1980er Jahren (hier sind sich die Autor_innen, auf die ich mich beziehe, uneinig) mündet der Begriff in Verbindung mit femini-

9 Die Vertreterinnen der Dritten Welle werden als „Töchter der Vertreterinnen der Zweiten Welle" (Volkmann 2011, S. 22) beschrieben; sie haben den antifeministischen Backlash der 80er Jahre miterlebt und versuch(t)en in Reaktion darauf, die Notwendigkeit des Feminismus zu verdeutlichen. Insbesondere werden hier auch Rassenfragen aufgegriffen, insofern ein der Zweiten Welle inhärenter Eurozentrismus korrigiert wird.

10 McRobbie nennt das eine „doppelte Verwicklung": Es zeichne sich ab, „dass einerseits bestimmte Ansichten des Feminismus mittlerweile Teil dessen sind, was Antonio Gramsci den ‚gesunden Menschenverstand' nennt, der Feminismus zugleich aber mit Schmähungen bedacht, ja geradezu gehasst wird" (McRobbie 2010, S. 24, Herv.i. Orig.)

stischer Wissenschaftskritik in den 1990er Jahren in die Queer Theory. Diese dekonstruktivistische Strömung, welche die Kategorie ‚Frau' negiert und sich auf die Performanz von Gender konzentriert, wurde zunächst wesentlich vom dekonstruktivistischen Subjektbegriff Michel Foucaults geprägt, der von einem dezentrierten und zerstreuten Subjekt ausgeht: „Der Mensch ist eine Erfindung, deren junges Datum die Archäologie unseres Denkens ganz offen zeigt" (Foucault 1966, zit. n. Haas 2006, S. 15).
Der dekonstruktivistische Postfeminismus lehnt somit die Kategorie des weiblichen Subjekts als etwas essentiell Gegebenes ab, das Geschlecht wird dekonstruiert – und im Vergleich zu den Ansätzen des ‚vorangegangenen' Feminismus wird nicht nur das soziale, sondern auch das biologische Geschlecht als durch diskursive Machtverhältnisse ‚gemacht' anerkannt (vgl. Butler 1991).
Aus dem Ende der Kategorie des Femininen, das maßgeblich geprägt wurde von Joan Riviére, Simone de Beauvoir und Judith Butler in „[s]einem extremsten Ausdruck" (Haas 2006, S. 20), ergibt sich auch das Aufsplittern der feministischen Position in viele postfeministische Haltungen.

Susan Faludis Ausführungen ähnlich, nämlich im Sinne einer politisch intendierten Unterminierung der Erfolge des Feminismus, einer „anti-feministischen Propaganda" (Haas 2006, S. 13), greift auch die US-amerikanische Schriftstellerin und Aktivistin Naomi Wolf den Begriff des Postfeminismus Anfang der neunziger Jahre auf und beleuchtet ihn unter einem anderen Aspekt: Sie argumentierte, dass das Erstarken des Schönheitsmythos und vor allem der Zwang zum Dünnsein als patriarchale Protestreaktion gegen die Erfolge der Frauenbewegung der 1970er Jahre interpretiert werden könnten. Dieser Vorgang habe historischen Charakter, da immer dann, wenn Frauen einen Schritt in Richtung Unabhängigkeit und Selbstbestimmung wagten, das Schönheitsideal magerer und körperfeindlicher wurde. Die Marginalisierung von Frauenkörpern sei mit dem Folterinstrument der ‚Eisernen Jungfrau' vergleichbar: „Nach außen hin sind sie schön und lächeln, innerlich aber verhungern und sterben sie" (Wolf 1991, zit. n. Engländer u.a. 2002, S. 71 f.).

> „We are in the midst of a violent backlash against feminism that uses images of female beauty as a political weapon against women´s advancement: the beauty myth. It is the modern version of a social reflex that has been in force since the Industrial Revolution. As women released themselves from the feminine mystique of domesticity, the beauty myth took over its lost ground, expanding as it waned to carry on its work of social control" (Wolf 1990, S. 2).The more financially independent, in control of events, educated and sexually autonomous women become in the world, the more impoverished, out of control, foolish, and sexually insecure we are asked to feel in our bodies" (ebd., S. 162).

Die Anpassung an Normen der Gesellschaft als Druckmittel gegen Frauen mündet demzufolge in einer selbstgewählten Abhängigkeit von äußeren Erscheinungsformen als Maßnahme zur Herstellung einer spezifischen weiblichen Subjektivität, die vor allem durch die Medienkultur diktiert werden.
Diese Medienkultur, die zunehmend ein negatives Bild der Emanzipation zeichnet und Frauen als Opfer des Feminismus präsentiert, greift auch die Soziologin Rosalind Gill auf. Sie bezieht sich in ihren Analysen auf die Transformationen von Feminismus und ihren Darstellungen in der Medienkultur. Sie beschreibt Postfeminismus als analytische Kategorie bzw. Perspektive auf kulturelle Phänomene, vor allem bezüglich der Darstellungen von Geschlecht in den Medien. Sie nennt einige Charakteristika des postfeministischen Diskurses. Diese umfassen

„the notion that femininity is a bodily property; the shift from objectification to subjectification; the emphasis upon self surveillance, monitoring and discipline; a focus upon individualism, choice and empowerment; the dominance of a makeover paradigm; a resurgence in ideas of natural sexual difference; a marked sexualisation of culture; and an emphasis upon consumerism and the commodification of difference" (Gill 2007, S. 149).

Sie bezieht sich darüber hinaus wie McRobbie, die mit ihrer Theorie einer „Komplexifizierung des Backlash" (McRobbie 2010, S. 24 u. 31) die fortgesetzte Unterminierung feministischer Erfolge im Sinne Wolfs in der Jetztzeit analysiert, auf eine ‚Dreiecks-Liason' zwischen Neoliberalismus, Feminismus und den Medien. McGill fragt: „Could it be that neoliberalism is always already gendered, and that women are constructed as its ideal subjects?" (McGill 2007, S. 170).

McRobbie führt diesen Ansatz aus und spricht in ihren Ausführungen von einer Desartikulation, einem „Undoing Feminism" (McRobbie 2010, S. 13) im Namen der gesellschaftlichen Modernisierung, wobei die Herstellung postfeministischer Subjekte in ein Dispositiv jener Bestrebungen eingebettet sei, die einen neuen, postwohlfahrtsstaatlichen Gesellschaftsvertrag sowie die Erzeugung selbstverantwortlicher Subjekte[11]zum Ziel haben.

Ersterer werde ohne die Integration von Frauen in einen radikal umgestalteten Arbeitsmarkt nicht auskommen, um den Anforderungen einer globalisierten Ökonomie gerecht zu werden (McRobbie 2010, S. 47,10 u. 25).
Die Verfügbarkeit weiblicher Arbeitskraft müsse daher mittels der Erzeugung und Überwachung der sozialen Bedingungen durch „neu entstandene vergeschlechtlichte Machtverhältnisse" (ebd., S. 25) sichergestellt werden. Frauen werde suggeriert, dass der Feminismus nicht länger notwendig sei, indem mittels einer weitgehenden Integration von Elementen des Feminismus in das politische Leben und in gesellschaftliche Institutionen der Anschein erweckt werde, dieser sei sicher auf allen Ebenen integriert (ebd. S. 90 ff.). Ihnen werde eine Art „rhetorische Gleichheit" (ebd., S. 18) durch Chancen auf Bildung und Teilhabe am globalen Arbeitsmarkt, an der Konsumkultur und Bürgergesellschaft offeriert, doch erwiesen sich die impliziten Bedingungen für diese Teilhabe – die Abwicklung bzw. eine Verleugnung der Notwendigkeit des Feminismus und die Unterwerfung unter Selbsttechnologien für die Anerkennung als intelligibles weibliches Subjekt – (vgl. ebd., S. 95), als Teil des Planes, „eine schleichende Aktualisierung ungerechter Geschlechterverhältnisse" (ebd., S. 89) zu gewährleisten.
Es finde eine Art Tausch statt, denn die Bedingung dieses „New Deal" für Frauen, als „Top Girls", als privilegierte Subjekte des sozialen Wandels in Erscheinung zu treten, sei der Verzicht auf Kritik am Patriarchat. Der vor allem durch die Medien und die Konsumsphäre artikulierte Mode- und Schönheitskomplex suggeriere, dass frau sich nun – da Gleichberechtigung erreicht sei – wieder auf ihre Weiblichkeit und ‚biologische Bestimmung' (vgl. Haas 2006, S. 11) konzentrieren könne.
Die postfeministische Maskerade als diskursiver ‚Schleier', der authentisches Frausein und den Eintritt in die symbolische Ordnung (der Sprache, bzw. des Diskurses und somit der Macht, siehe Kapitel V. 3) sicherstellt, gebe u.a. beruflich erfolgreichen Frauen die Möglichkeit, ihre Weiblichkeit zu beweisen

11 Diese Erzeugung selbstverantwortlicher Subjekte kann jedoch nicht als autonom bezeichnet werden können, da ihre ‚Freiheit' zur Selbstbestimmung und Ausgestaltung des Lebens mehr denn je abhängig von einem diskursiv verfassten Wissen um und über sich selbst zu sein scheint. Im Modus des foucaultschen Konzepts der Gouvernementalität treibt der Komplex der modernen Regierung eine Entwicklung in Richtung einer ‚Regierung der Selbstregierung' (vgl. Reckwitz 2008, S. 34), siehe Kap. IV.1

und sicher zu stellen, dass sie sexuell begehrenswert bleiben und befreit Frauen von der Bedrohung „in die Ecke der verworfenen Feministinnen" (ebd.) zu gelangen, sich als „maskulin und unattraktiv" (Haas 2006, S. 14) abzuqualifizieren. Der, den Normen folgende, zurechtgemachte weibliche Körper einer Frau werde zu dessen wichtigster Identitätsgrundlage, ihrem Schlüssel zu beruflichem wie gesellschaftlichen Erfolg und Anerkennung. Die Paradoxie des Fokus auf den weiblichen Körper als Quelle der Ermächtigung spielt in postfeministischen Diskursen eine große Rolle, ist doch die weibliche Konsum- und Schönheitspraxis historisch bedingt gekoppelt an die Macht und die Industrialisierung des männlich-erotischen Blicks (vgl. Penz 2010, S. 24)[12]. Das Ordnungsprinzip des foucaultschen Panoptismus (Foucault 1977) greift hier insofern, als Frauen durch die Verinnerlichung von durch patriarchale Blickkulturen geprägten Normen, sich selbst als das ‚schöne Geschlecht' definieren, was laut Otto Penz die Anerkennung der Macht des männlichen Blicks und des „Körpers-für-andere" (Penz 2010, S. 24) ausdrücke.

Ähnlich beschreibt Rosalind Gill die Übernahme unterdrückender Machtstrukturen:

> „[I]t represents a shift in the way that power operates: a shift from an external, male judging gaze to a self policing narcissistic gaze. I would argue that it represents a higher or deeper form of exploitation than objectification – one in which the objectifying male gaze is internalized to form a new disciplinary regime. In this regime power is not imposed from above or from outside, but constructs our very subjectivity" (Gill 2007, S. 153).

Der Postfeminismus dieser Theorie macht aus Frauen eines seit jeher „von unten" organisierten Feminismus (vgl. McRobbie 2010, S. 18) „die intensiv gemanagten Subjekte der postfeministischen, gendersensiblen biopoliti-

12 Dass Frauen heute angerufen werden, ihr ‚Selbst' zu weiten Teilen über ihr äußeres Erscheinungsbild zu definieren, hat historischen Charakter und geht laut Otto Penz zurück auf den Verbürgerlichungsprozess des 19. Jahrhunderts, als die Möglichkeit, die Persönlichkeit durch ein modisches Erscheinungsbild auszudrücken, nicht mehr nur den standeshöchsten Gesellschaftsschichten vorbehalten war. Mode entwickelte sich zu einem offenen Zeichensystem, womit dieses durch die symbolische Aufwertung ihrer Kleidung auch Frauen der bürgerlichen Stände die Chance ermöglichte, ihre soziale Position zu verbessern. Schönheit wurde somit für Frauen zum Kapital, um auf dem Heiratsmarkt erfolgreich zu sein, wobei in komplementärer Weise die Attraktivität der Frau den sozialen Rang des Mannes widerspiegelte (vgl. Penz 2010, S. 14 u. 17 f.). Die Kommerzialisierung des Schönheitsspiels, wie Penz es nennt, das heißt die kapitalistische Inwertsetzung modischer Zeichen und die Anreicherung der Waren mit symbolischem Wert, leiteten im 19. Jahrhundert zudem die Massenfertigung von Konsumartikeln, und somit die Entstehung einer Konsumgesellschaft ein, die in der Spätmoderne in der Verbreitung von Körperpraktiken wie Fitnesstraining und kosmetischer Chirurgie ihren Höhepunkt findet (vgl. ebd., S. 18). Die Belebung des Schönheitsdiskurses wurde insbesondere durch die Entstehung von großen Warenhäusern angeheizt. Ab Mitte/Ende des 19. Jahrhunderts sollten mit diesen ‚Konsumpalästen' v.a. Frauen als die Verantwortlichen für Haushalt sowie die Auswahl von Kleidung für die Familie angesprochen werden. Als einziger Teil des öffentlichen Raumes, der sonst den Ehemännern vorbehalten war, ermöglichten Einkaufslandschaften den Frauen eine Selbstreflexion über den richtigen Geschmack und modische Inszenierung. Diese Selbstreflexion und die daraus resultierende Praxis standen jedoch in zweierlei Hinsicht im Zeichen männlicher Macht: Frauen machten sich selbst schön für den männlichen Blick und symbolisierten zugleich den männlich kodierten sozialen Rang (vgl. ebd., S. 22). Verdichtet wurde somit auch die patriarchalische Blickkultur, die in zunehmendem Maße durch Werbung forciert wurde: Frauen beobachte(te)n sich selbst durch die Augen des Mannes. Diese Entwicklung hält bis heute an: Über 80 Prozent aller verkauften Produkte und Dienstleistungen in den Ländern der ersten Welt werden von Frauen gekauft (vgl. Penny 2012, S. 8). Das Überleben der modernen Ökonomien hängt also, kurz gesagt, von Frauen ab, denen als Motoren der Konsumgesellschaft eine enorme Macht zukommt. Doch wisse das von Männern dominierte neoliberale Wirtschaftssystem, diese „latente Macht", wie Laurie Penny erklärt, zu enteignen, zu bezähmen, gefügig zu machen (ebd., S. 9). Im zeitgenössischen Kapitalismus gelten als Mittel dieser ‚Bezähmung' von Frauen ohne Frage die Werbeversprechen hauptsächlich kosmetischer Produkte, die dazu beitragen sollen, dass frau sich ‚schön' und begehrenswert fühlt. Diese geschlechtsspezifische Ausprägung des Konsumverhaltens fungiere nach Penz als Mittel zur Aufrechterhaltung der Geschlechterhierarchie, insofern die Macht des männlichen Blicks und der Objektcharakter von Frauen – vor allem in einer zunehmenden Visualisierung der Kultur – gefestigt würden (vgl. Penz 2010, S. 24).

schen Praxen einer neuen Gouvernementalität" (ebd., S. 94).
Im Gegensatz zum poststrukturalistischen Postfeminismus und einem „pragmatischeren und nicht eurozentrisch orientierten third wave feminism", der „Raum schaffen will für schwarze und weiße Feminismen ebenso wie die subversive Ästhetik der Gender-Performanz" (Haas 2006, S. 9), finde im Rahmen des Undoing Feminism nach McRobbie zudem eine Desartikulation intersektionaler Politik, ein Zurückdrängen anti-hierarchischer Errungenschaften durch neoliberale Diskurse statt, die den politischen Zusammenschluss benachteiligter sozialer Gruppen zunehmend unwahrscheinlich mache.
Es werde eine Art der Fremdheit produziert, innerhalb welcher sich junge Frauen als „glückliche Teilhaberinnen an den sexuellen Freiheiten des Westens" (ebd., S. 49) abgrenzen von den Geschlechterordnungen anderer Kulturen und aus diesen zugehörigen Frauen „Opfer" (ebd.) machen. Ein typisches Beispiel sei

> „der Diskurs, der die Situation modebewusster westlicher Mädchen, die die Freiheit haben, String Tangas zu tragen, mit dem Leben junger verschleierter Frauen vergleicht und dabei keine Zweifel aufkommen lässt, welche Lebensform die bessere ist" (ebd., S. 52).

Der Postfeminismus als eine Ära, in der Feminismus als überflüssig deklariert werden könnte, da Frauen ohnehin gleichberechtigt sind, existiere laut Coppock u.a. (1995) lediglich als Medienkonstrukt:

> „It is precisely the illusion of ‚freedom', ‚choice' and ‚opportunity' which remains fundamental to the political management of conflict and resistance. [..]. Fundamental structural relations have not changed" (zit. n. Haas 2006, S. 13).

Die Ziele der Frauenbewegung der siebziger Jahre dürften nicht als passé erklärt werden. Statt der „Verteufelung" von Feminist_innen mittels medial reproduzierter Stereotype müsse das Schaffen eines feministischen Bewusstseins weiterhin im Vordergrund stehen (vgl. ebd., S. 14).
Insgesamt zeichnet sich ab, dass im Besonderen Mediendiskurse ihre Macht dahingehend einsetzen, spezifische Subjektivitäten im Einklang mit einer „Koalition politischer und kultureller Kräfte" (McRobbie 2010, S. 90) zu produzieren. Diese Entwicklung kann einerseits selbst als – negativ konnotiert – postfeministisch gelesen werden, andererseits ist sie Fokus der (post) feministischen theoretischen Kritik.

III. 3 Zusammenfassung: Postfeministische Subjekte

Den Trend, Gleichstellung v.a. in populären Medien als längst erreichtes Ziel darzustellen, beschreibt die Politikwissenschaftlerin Alexandra Weiss zusammenfassend folgendermaßen:

> „Wir haben es, [...] mit einer widersprüchlichen Entwicklung zu tun: Während die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und die ungleiche Verteilung der unbezahlten Arbeit bestehen bleibt, verschwindet die Ungleichheit aus dem zeitgenössischen Wissen über die Geschlechterdifferenz. Sie ist nicht mehr als Ergebnis einer geschlechtshierarchischen Struktur thematisierbar" (zit. n. Goetz 2013).

Diese Ambivalenz manifestiere sich insofern, als dem Feminismus in Politik und Populärkultur Rechnung getragen werde, er sei laut McRobbie ein immer wieder vermittelter Anspruch, ein Bezugspunkt der gesellschaftlichen Liberalisierung.

Doch, „um die Lücke zwischen sozialkritischen Forderungen und Realität zu überspielen" (Strübe 2011), müsse er als erfüllt und überholt betrachtet werden. Feministische Forderungen würden daher häufig als übertrieben disqualifiziert. Um die Konstituierung ‚moderner' Weiblichkeiten zum Zwecke einer Reaktivierung alter Geschlechterhierarchien zu gewährleisten, werde ursprünglich feministisches Vokabular der zweiten Frauenbewegung sowohl von Regierungen (vgl. McRobbie 2010, S. 17) als auch von den Medien und der Populärkultur in einen individualistischen Diskurs umgeformt: Unter dem Deckmantel der Freiheit entstehe ein neuer „Pseudo-Feminismus" (ebd.), in dem „die ehemals feministische Pointe der Selbstermächtigung qua Körperpraxen aufs Unheimlichste aufgeht in einem Schönheitssystem, das letztlich Selbstbeherrschung qua Körperregulierung produziert" (Hark & Villa 2010, S. 12).

Angerufen als privilegierte Subjekte des kapitalistischen und wohlfahrtsstaatlichen Umbaus werde jungen Frauen als Ersatz für eine feministische Politik die Möglichkeit eröffnet, nicht nur an Bildung und Arbeitsmarkt, sondern vor allem an der Konsumkultur und Mode als „zeitgenössische Form der Freiheit" (McRobbie 2012, S. 24) und dem kommerzialisierten öffentlichen Leben teilzuhaben.

Der Feminismus werde dabei auf perfide Weise ausrangiert und für überflüssig erklärt (vgl. McRobbie 2010, S. 9 f.). Die Sichtbarwerdung von Frauen sei gekoppelt an die Ermutigung, gar die Erwartung des Beschreitens bestimmter Lebenswege mittels „genauer Selbstbeobachtung" (ebd., S. 94), der Arbeit am erfolgreichen Selbst und seiner Repräsentation. Für die Anerkennung als intelligibles Subjekt sei es nunmehr notwendig, dass frau die Ernsthaftigkeit ihres Selbstprojekts unter Beweis stelle, indem ökonomisierte Imperative wie Flexibilität, Produktivität, Effizienz und Mobilität in ihrer sorgfältig gemanagten körperlichen Optimierung ihren Ausdruck finden: als erwerbstätige Konsumentin sollte frau „darum ihre Falten, Haare und Kurven im heterosexuell begehrenswerten Rahmen [...] halten. Nur so, nämlich als Objekt/Subjekt der Begierde, könne [...] die ehrgeizige und selbstbewusste Frau von heute sichtbar werden" (Hark & Villa 2010, S. 12).

Der Aufruf zu körperlicher Kontrolle und Selbstdisziplin repräsentierten zusammen mit der körperlichen Unterdrückung von Frauen auf sexueller Ebene „Strategien, mit denen Frauenkörper als Quelle möglicher Rebellion kulturell überwacht werden" (Penny 2012, S. 12).

> „Der Spätkapitalimus brandmarkt buchstäblich die Körper von Frauen. Er senkt sein Zeichen schmerzhaft in unser Fleisch, verödet die Wurzeln des Wachstums und sorgt dafür, dass die verschiedenen Meinungen nicht in einen fruchtbaren Dialog treten können. Weiblichkeit an sich ist zur Marke geworden [...], die zurückverkauft werden kann an Frauen [...]" (ebd.).

IV Medien(Forschung) und Identität

„Was wir über die Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben wissen, wissen wir über die Massenmedien" (Luhmann 2004, S. 9, zit. n. Maier & Lünenborg 2013, S. 149).

Diese recht bekannte Aussage des Soziologen Niklas Luhmann verweist auf die stetig wachsende Bedeutung der (Massen-)Medien hinsichtlich der Vermittlung und Gestaltung der sozialen Wirklichkeit. Auch wenn das Fernsehen im Zeitalter der Digitalisierung vor allem durch das Internet als Kommunikations- und Interaktionsmedium zunehmend Konkurrenz erfährt, bleibt es das „Fenster zur Welt" (Adelmann 2001, S. 7), eine wichtige Quelle für Wissen und Vergnügen. Seine Relevanz für die soziale Bedeutungsproduktion bleibt ungebrochen.

Geschlechterverhältnisse und -repräsentationen in den Medien sind in der Kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung bereits weitreichend untersucht worden. Dabei waren neben den Kommunikationsmedien Film und Fernsehen u.a. auch die Geschlechterstrukturen im Journalismus (vgl. Klaus 2005), die klischeegebundene Berichterstattung im Hörfunk (vgl. Werner & Rinsdorf 1998), die Präsenz und Darstellung von Frauen und Männern in den Printmedien (vgl. Röser 2006) und zunehmend auch Geschlechteridentitäten im Netz im Zusammenhang mit Medientechnologien (vgl. Angerer 1997; Klaus 1997) von Interesse.

Viele dieser vom Gleichheitsansatz inspirierten inhaltsanalytischen Studien untersuchten in quantitativer Hinsicht die Darstellung von Frauen in Medien und beleg(t)en deren ungebrochene Unterrepräsentanz sowohl vor als auch hinter der Kamera bzw. in Redaktionen. Neben der quantitativen Repräsentanz griff erstmals die 1975 von Erich Küchenhoff und Team durchgeführte Studie – beauftragt vom Familienministerium – Fragen nach dem Wie der Darstellung von Frauen und Männern im Fernsehen auf.

Nach einer sechswöchigen Programmbeobachtung aller ausgestrahlten Sendungen von ARD und ZDF stellten sie eine stark trivialisierende sowie stereotypisierende Darstellung von Frauen heraus (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 27 u. 100). Im Jahr 1994 legte Monika Weiderer eine vergleichbare Untersuchung des Frauen- und Männerbildes nach und erweiterte die Senderauswahl um den Privatsender RTL plus. Angesichts der Allgegenwart von Fernsehen im Alltag und seiner

> „immer größere Bedeutung erlangende[n] Sozialisationsfunktion, sollte eine seiner Aufgabe darin bestehen, zur Verankerung der Gleichberechtigung von Frau und Mann im gesellschaftlichen Denken beizutragen" (Weiderer 1994, S. 17).

Die Berichterstattung könne aufgrund seines zunehmenden Einflusses auf die Vorstellungen sozialen und sexuellen Rollenverhalten der Rezipierenden dabei helfen, Ungleichbehandlungen von Frauen und Männern in der Gesellschaft zu überwinden. Doch werde das Medium dieser Aufgabe nicht gerecht, solange die systematische Benachteiligung von Frauen nicht kritisiert und sich in der Darstellung der Geschlechter nicht um Alternativen bemüht werde (vgl. ebd.).

Die Darstellungen und die in diesen enthaltenen Botschaften sollten Schritt halten mit der Entwicklung des veränderten Status von Frauen in der Gesellschaft. Doch bestätigten auch andere Studien die „Rolle des Fernsehens als eines Produzenten und Verbreiters konservativer Geschlechterideologien" (ebd.).

Aktuellere Untersuchungen, die von einem Verständnis von Geschlecht als „kontingente, kulturelle Konstruktion" (Lünenborg & Maier 2013, S. 26) ausgehen und sich somit von Ansätzen des Interaktionistischen Konstruktivismus bzw. „Doing Gender" (vgl. Gildemeister 2008) leiten lassen, untersuchen die Herstellung von Geschlecht in und durch Medien. So werden einerseits die Wiederholung und Re-Inszenierung von Geschlechternormen durch die Medien sowie andererseits deren Aneignung durch die Rezipierenden erforscht. So widmete sich ein Projekt der Universität Salzburg den stereotypischen Darstellungen von Kommissarinnen im Fernseh-Krimi Tatort (vgl. Krieg & Spitzendobler 2013). Wie eingangs erwähnt, erfreute sich zudem die Soap-Opera Forschung großer Beliebtheit im Differenzansatz (vgl. Klaus 2005, S. 303 ff.). Untersucht wird hier u.a. die Herstellung von Geschlecht unter Berücksichtigung der den Rezeptionsprozess prägenden gesellschaftlichen Diskurse, gesellschaftlicher Funktionen des Fernsehens sowie der Positionierung der Zuschauenden innerhalb von gesellschaftlichen Herrschafts- und Machtverhältnissen (vgl. Maier 2007).

Ausgehend von differenztheoretischen Ansätzen in den Kommunikationswissenschaften widmeten sich einige Autorinnen und Autoren zudem der Diskussion um ‚Frauen- und Männergenres' bzw. ‚weiblichen' Mediennutzungspräferenzen und -mustern (vgl. Cornelißen 1994, Röser & Klaus 1996).

Einen umfangreichen Einfluss auf meine Arbeit haben die Ausführungen von Tanja Maier genommen, die sich in Gender und Fernsehen (2007) mit Fragen zum Verhältnis zwischen der Macht der Medien und der Handlungsmacht der Zuschauenden am Beispiel der Lindenstraße auseinandersetzt, sowie die vielfältigen Ausführungen von derselben Autorin zusammen mit Margareth Lünenborg in Gender Media Studies (2013). Als aufschlussreich hinsichtlich des Forschungszugangs erwies sich auch ein Beitrag von Annette Gille (2012), die das Geschlechter- und Sexualitätsdispositiv anhand des Reality-TV-Formats Date My Mom im Sender MTV untersuchte.
Meiner Untersuchung der Weiblichkeitsrepräsentationen im Programm des Frauensenders Sixx sind zudem diskursanalytische Untersuchungen von Brigitte Hipfl (2006) und Miriam Stehling (2011) nahe, die sich mit der Verhandlung feministischer Ideen und Politiken in Fernsehserien bzw. Reality-TV auseinandersetzten. Hipfl untersuchte den Stellenwert des (Post-)Feminismus in der US-Serie Desperate Housewives, während Stehling die TV-Show Germany´s Next Topmodel mit McRobbie als Inszenierung eines neoliberalen Pseudofeminismus interpretierte.

IV. 1 Medien als Mittler zur Welt

Im weiteren Verlauf dieses Kapitels werde ich zunächst erläutern, wie in und durch mediale Repräsentationen bedeutende Vorstellungen über Geschlecht (re-)produziert werden und wie diese mit gesellschaftlichen Diskursen verbunden sind. Weiterführend soll auf den Zusammenhang von Repräsentationen und Geschlechteridentität eingegangen werden bzw. darauf, welche Rolle televisuellen Repräsentationen bei der Strukturierung der symbolischen Ordnung und bei der Subjektkonstitution zukommt.
Wie im vorangegangenen Kapitel angedeutet wurde, spielen im Ansatz der Cultural Studies Medien als herausragende Instanzen der Bedeutungsproduktion in der kritischen Auseinandersetzung mit Kultur und Macht eine zentrale Rolle.
Medien- bzw. Fernsehtexte (hier z.B. Serien, Filme, Werbespots etc.) sind über ihren Inhalt und das Repräsentierte mit gesellschaftlichen Diskursen verbunden und können somit grundsätzlich als Bedeutungsträger in der indirekten Kommunikation begriffen werden. Indirekt deshalb, weil sich die übermittelten ‚Botschaften' von einer direkten Face-to-Face-Kommunikation unterscheiden: sie sind technisch vermittelt und richten sich an eine heterogene Masse, einen anonymen Personenkreis.

Diskurse sind – ausgehend von Foucault – sprachlich formierte Wissensordnungen, die Wirklichkeit insofern konstruieren, als erst das, was sprachlich äußerbar ist, auch wahrnehmbar ist (Ullrich 2008, S. 20). Diskurse sind in sich strukturierte, komplexe thematische Zusammenhänge, bzw. „Formationen von Aussagen" (Foucault 1981, S. 48), die mit machtvollen Ein- und Ausschlüssen einhergehen und durch die eine bestimmte Perspektivierung gesellschaftlicher ‚Wahrheiten' stattfindet. Dabei werden innerhalb spezifischer gesellschaftlicher und historischer Kontexte stets konkurrierende Diskurse produziert, wobei sich je dominante Diskurse durchsetzen und damit zeitlich begrenzte „kollektive Sinnsysteme" institutionalisieren (Ullrich 2008, S. 21). Das, was wir als Wirklichkeit wahrnehmen, wird innerhalb und durch gesellschaftliche Diskurse und deren inhärentes Wissen ‚entworfen', durch sie wird vorübergehend eine Ordnung festgelegt, die dem Sprechen und Handeln der Menschen zugrunde liegt.

Diskurse sind somit produktiv und immer mit Macht verbunden, nämlich der Macht, Wissen zu produzieren und zu verbreiten. Damit ist jeder ‚Blick' auf die Welt, jedes Verständnis von Phänomenen, diskursiv gerahmt und trägt eine je nach historischem Zeitpunkt und soziokulturellem, politischen Kontext spezifische Brille (vgl. Villa 2012a, S. 19).
In Anlehnung an Foucaults Archäologie des Wissens betont Annette Gille das Abhängigkeits- und Bedingungsverhältnis von Sprache und Gesellschaft, indem Diskurse

> „systematisch die Gegenstände bilden, von denen sie sprechen. Zwar bestehen Diskurse aus Zeichen, benutzen diese Zeichen aber für mehr als nur zur Bezeichnung von Sachen. Dieses macht sie irreduzibel auf das Sprechen und die Sprache" (Foucault 1981: 74, zit. n. Gille 2012, S. 170 f.).

Aus diesem Grund sei es sinnvoll, Diskurse als gesellschaftliche Praktiken zu betrachten, die immer auch im Verhältnis zu nicht-(mehr) diskursiven Praktiken, Subjekten und außersprachlichen Gegenständen bzw. Materialisierungen zu verstehen sind (vgl. Spieß 2008, S. 81). Wie ich an späterer Stelle genauer erläutern werde, ist es dann die Aufgabe der Diskursanalyse, den Sprach- bzw. Zeichengebrauch in Medientexten in Hinblick auf ihre wissens- und wirklichkeitskonstituierenden Elemente zu untersuchen. Somit geraten „Medien als Akteure und Institutionen, sowie als Technologien in den Blick, die Geschlecht nicht nur darstellen, sondern Wissen über Geschlecht produzieren" (Lünenborg & Maier 2013, S. 107).

Mediendiskurse fungieren also niemals nur als ‚Vermittler' bzw. Transporteure von gesellschaftlichen Bedeutungen, sondern beeinflussen aus einer (de-)konstruktivistischen Perspektive Machtstrukturen in eminenter Weise, indem sie daran mitwirken, was überhaupt denkbar ist.

Medientexte können also als in gesellschaftliche Diskurse ‚eingebettet' verstanden werden, womit einzelne Sendungen oder Filme selbst Diskursereignisse darstellen, die sowohl für Produzierende als auch Rezipierende als gesellschaftliche Subjekte Sinn machen (vgl. Mikos 2008, S. 281). Das bedeutet, dass die Inhalte der Fernsehsendungen in Form audiovisueller Zeichensysteme mit dem Repräsentationssystem der mentalen Konzepte der Zuschauenden korrespondieren (vgl. Hall 1997, S. 28, in ebd., S. 108).
Repräsentation bezeichnet nach Stuart Hall die soziale Praxis des Benutzens von Sprache zur Produktion von Bedeutung und bedeutsamen Vorstellungen. Dabei beinhaltet der Begriff der Repräsentation eine materielle und eine mentale Dimension. Erstere bezieht sich auf Sprache als aus Zeichen bestehend und als Träger von Bedeutungen. Jegliche Art von Zeichensystem, und somit auch die Bilder, Töne, Schrift, (gesprochene) Sprache und Musik, die in Filmen und Fernsehsendungen in je spezifischer Weise organisiert werden, um mit den Zuschauenden zu kommunizieren, werden dabei als Sprache verstanden. Neben den Zeichensystemen, in denen Artikulation stattfindet, gibt es mentale Konzepte, die die Welt in bedeutungsvolle Kategorien klassifizieren und organisieren (vgl. ebd.).
So rufen bspw. die Buchstaben FRAU auf einem Fernsehbildschirm (Sprache) in den Köpfen der Menschen, die diese Buchstabenabfolge sehen bzw. be-deuten können, ein bestimmtes Bild, eine Vorstellung hervor (mentale Repräsentation). So gibt es keine Realität außerhalb der Repräsentation. Medienrepräsentationen, gekoppelt an gesellschaftliche Diskurse, produzieren also Vorstellungen, weil sie zu dem Wissen, zu den Emotionen und Affekten, zum praktischen Sinn und zur sozialen Kommunikation der Rezipierenden hin geöffnet sind (vgl. Mikos 2008, S. 24). Aus konstruktivistischer Sicht können Medienrepräsentationen die Welt also nicht einfach widerspiegeln oder verzerren:

„[...] There is no simple relationship of reflection, imitation or one-to-one-correspondence between language and the real world. The world is not accurately or otherwise reflected in the mirror of language. Language does not work like a mirror. Meaning is produced within language, in and through various representational systems which, for convenience, we call ‚languages'. Meaning is produced by the practice, the ‚work' of representation [...]" (Hall 1997, S. 28, Herv. i . Orig.).

Erst durch die Repräsentation, durch die für die audiovisuelle Darstellung benutzten Zeichensysteme, wird somit Bedeutung generiert. Filme und Fernsehsendungen verweisen auf, sie stellen stellvertretend dar, sie stellen vor und (wieder) her (vgl. Maier 2007, S. 37):

„Repräsentieren heißt nach Silke Wenk stellvertretend etwas Abwesendes vorstellen und zugleich eine Vorstellung produzieren, indem etwas gezeigt wird, was nicht direkt gesehen werden kann" (Wenk 1996, S. 62, zit. n. ebd.).

Hieraus folgend bilden auch mediale Geschlechterrepräsentationen keine Wirklichkeit ab, doch wird durch sie Bedeutung generiert bzw. das geformt, was soziokulturell als ‚Weiblichkeit' oder ‚Männlichkeit' gilt. Durch die stetige Wiederholung bspw. bestimmter (Geschlechter-) Rollenkonventionen oder Körpernormen schreiben sie diese Vorstellungen fort und haben somit Einfluss auf unser Selbst-Verständnis. Medientexte und -repräsentationen spielen daher für die Identität und Subjektivität eine wichtige Rolle. Die Gesellschaft und Individuen werden nicht einfach durch das Fernsehen beeinflusst, sondern sie werden auch durch televisuelle Repräsentationen konstituiert (vgl. Maier 2007, S. 35 f.), da diese die notwendigen „Bausteine" (Dorer 2002b, S. 74) zur eigenen Identitätskonstruktion liefern. Medien sind daher als „Institutionen von Geschlecht" (ebd.) zu verstehen. Oben wurde bereits angemerkt, dass das Fernsehen, also einzelne Sendungen, eine Kommunikation mit ihren Zuschauenden eingeht. In der Rezeption[13], also der Zuwendung einer Person zu einer Fernsehsendung, verschränken sich die Strukturen des Fernsehtextes und die Bedeutungszuweisung sowie das Erleben durch den_die Sehende_n. In diesem Prozess wird der rezipierte Text ‚erschaffen', der die angepasste, konkretisierte Bedeutung des Originaltexts darstellt.

Theorien der Cultural Studies gehen nicht davon aus, dass die Zuschauenden den audiovisuellen Bildern ‚ausgeliefert' oder widerstandslos durch sie determiniert seien. Immer gebe es auch Subjektivitäten oder Kräfte, die den hegemonialen Strukturen widerstehen, diese herausfordern oder umformen (vgl. Maier 2007, S. 15). Zur Aufmerksamkeitserregung lägen den Texten Handlungsanweisungen zur Rezeption (und Aneignung) zugrunde, womit die Aktivitäten der Zuschauenden gewissermaßen vorstrukturiert würden (Mikos 2008, S. 23). Allerdings machten die Texte lediglich Angebote, die von den Zuschauenden genutzt werden könnten, indem sie sich auf die Interaktion einließen.

Kulturorientierte Zugänge betonen die Polysemie, die Mehrdeutigkeit, von medialen Texten. Insofern Zuschauer_innen in lebensweltliche Kontexte und gesellschaftliche Diskurse eingebunden sind, sind sie in der Lage, anhand des ihnen gebotenen symbolischen Materials durch die Fernsehtexte unterschiedliche Bedeutungen zu konstruieren. Stuart Halls einflussreiches encode/decode Modell geht davon aus, dass es eine „notwendige Entspre-

13 Mikos (2008, S. 22 f.) unterscheidet zwischen Rezeption einerseits und Aneignung als konkrete Übernahme des rezipierten Textes in den alltags- und lebensweltlichen Diskurs und die soziokulturelle Praxis andererseits, womit er bspw. Unterhaltungen über das Gesehene zwischen verschiedenen Personen meint. Allerdings betont er, dass diese Unterscheidung analytischer, nicht aber empirischer Natur und somit nur relevant sei, wenn der Umgang konkreter Personen mit einem konkreten Text untersucht werde. Für diese Arbeit soll hierauf hingewiesen werden, die Unterscheidung ist aber für den späteren Analyseprozess irrelevant.

chung zwischen der sozialen Lage[14] der Menschen und jenen Bedeutungen gibt, die diese während einer Fernsehsendung generieren" (Winter & Mikos 2001, S. 27).
Davon, wie ein Medienprodukt enkodiert sei, könne nicht automatisch darauf geschlossen werden, wie es von den Rezipierenden decodiert werde (vgl. ebd.; Lünenborg & Maier 2013, S. 36). Er wendet sich mit seiner Theorie gegen ein lineares Sender-Botschaft-Empfänger-Modell und beschreibt Fernsehen, das Lesen von Fernsehtexten, als ein Prozess der Aushandlung zwischen Zuschauer_in und Text.

Programm als sinntragender Diskurs

kodieren	dekodieren
Bedeutungsstrukturen 1	Bedeutungsstrukturen 2
Wissensrahmen	Wissensrahmen
Produktionsverhältnisse	Produktionsverhältnisse
Technische Infrastruktur	Technische Infrastruktur

Abb. 1: Encode/decode-Modell

Hall entwickelte drei hypothetische Lesepositionen (Decodierungspositionen): die dominante, die ausgehandelte und die oppositionelle Position. Die erste ist gegeben, wenn Zuschauende nicht nur die dominanten Bedeutungen des Texts übernehmen, sondern auch die von diesen produzierte Subjektivität akzeptieren und annehmen.

14 Aus Sicht der Geschlechterforschung wurde das Modell dahingehend kritisiert, dass für die Lesarten die soziale Lage, nicht aber andere Achsen der Identität - wie Geschlecht - berücksichtigt wurden (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 37).

Die ausgehandelte Lesart ist eine widersprüchliche Position – sie besteht aus einer Mischung aus dominanten und oppositionellen Elementen. Sie wird erzeugt, indem Zuschauende zwar generell der dominanten Bedeutung zustimmen, diese aber ‚lokal' adaptieren, damit sie den individuellen Positionen gerecht werden kann. Eine oppositionelle Lesart entsteht, wenn die Rezipierenden die dominanten Bedeutungen als ideologisch erkennen, diesen aber nicht folgen, sondern eine widerständige Position entwickeln (vgl. Mikos 2008, S. 27 f.; Lünenborg & Maier 2013, S. 36 f.).
Halls Modell impliziert, dass Medientexte zwar grundsätzlich versuchten, bestimmte Sets an Bedeutungen zu platzieren, die auf eine Aufrechterhaltung der dominanten Ideologien hinausliefen. Ohne ‚Angebote' wäre keine Kommunikation möglich. Allerdings ließen sich diese Bedeutungen den Menschen nicht aufzwingen.
Aus Sicht der Cultural Studies ist die ‚typische' Lesart die ausgehandelte, da es wahrscheinlich keine Publikumsgruppe gebe, „die in ideologischer Hinsicht völlig zentral positioniert" (Winter & Mikos 2001, S. 34) sei. Man dürfe eine Gesellschaft nicht als homogene Masse, sondern als eine aus verschiedenen Interessensgruppen zusammengesetzte Struktur verstehen. Will in diesem Sinne das Fernsehen eine große Anzahl an Menschen ansprechen, so müsse es berücksichtigen, dass die Gesellschaft ein

> „Mix aus sozialen Gruppen [ist], von denen eine jede eine andere Beziehung zur dominanten Ideologie unterhält. […] Der Fernsehtext kann nur populär sein, wenn er offen genug ist, um eine Reihe von ausgehandelten Lesarten zu ermöglichen, […] (vgl. ebd., S. 35).[15]

15 Die Zuordnung von Individuen zu bestimmten, *diesen* oder *jenen*, „Publikumsgruppen", die vermeintlich gemeinsame soziale Interessen/Erfahrungen teilen, greift m.E. zur Beschreibung bzw. Erklärung von möglichen Lesarten bei Winter & Mikos (2001) zu kurz. Notwendig wäre auch hier die *stärkere Betonung* des vielfältigen Zusammenwirkens von Differenzkategorien (Geschlecht, Klasse, Ethnizität,

Als kritische Stimme hinsichtlich der Erkenntnis, dass nicht nur die ‚Klasse', wie Halls Modell es impliziert, für soziale Differenzen und entsprechend verschiedene Lesarten verantwortlich ist, entwickelte David Morley (1980; in Winter & Mikos 2001, S. 40) eine Theorie des Diskurses anstatt der ‚Klasse'. Verstanden als „sozial verortete Interpretationsweise eines bedeutsamen Bereiches der sozialen Erfahrung" (ebd.), bestehen nicht nur Fernsehtexte, sondern auch das Bewusstsein der Lesenden aus einer Reihe von Diskursen, mit denen die eigenen Erfahrungen erklärt werden.

Somit definiert er das Lesen eines Fernsehtextes als ein Zusammentreffen beider ‚Diskursrepertoires'; in diesem Prozess finde die Aushandlung zwischen den im Text eingeschriebenen Bedeutungen und jenen sozialen Erfahrungen der Zuschauenden statt – das Aushandeln ist also diskursiver Natur.

John Fiske, der u.a. an die Arbeiten Halls – insbesondere an das encode/decode Modell – anknüpft, verschob die bis dahin in den Cultural Studies gängige ‚Vermittlung' zwischen Ansätzen des Strukturalismus und Kulturalismus in Richtung eines Arbeitsschwerpunktes des Poststrukturalismus (vgl. Winter & Mikos 2001, S. 9) und widmete sich der „Fabrikation des Populären in alltäglichen Praktiken" (ebd., S. 10), zu denen auch das aktive Fernsehen zählt. Bei Fiske mehr noch als bei Hall (1999, in. Maier 2007, S. 44) geht es um den offenen Prozess der Bedeutungsproduktion, der nicht ‚einfach' durch die dominante Ideologie determiniert sei. Die Widersprüchlichkeit kultureller Prozesse hervorhebend, werden somit Bedeutungszuschreibungen betont bzw. differenziert zwischen jenen, die bestehende Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu stabilisieren vermögen und solchen, die Widerstandsmöglichkeiten eröffnen (vgl. ebd.).

Halls Annahme, dass Medientexte immer schon bestimmte dominante Bedeutungen vorgeben und nahelegen, diese den Rezipierenden aber nicht ‚aufzwingen', wird von Fiske gewissermaßen de-intensiviert, indem er die Auffassung vertritt, Bedeutungen seien einem Text nicht bereits inhärent, sondern würden erst in und durch kulturelle Praktiken produziert (vgl. Maier 2007, S. 116). Obwohl er sich auch für die Strukturen von Texten interessiert, die bestimmte Bedeutungen präferieren und andere marginalisieren, versteht er Film- und Fernsehtexte nicht als ideologisch ‚vereinnahmt' (aber gewissermaßen als gemeinsame Verständnisbasis eingesetzt, s.u.), da in der Gesellschaft auch konkurrierende Diskurse zirkulieren, die in Texten repräsentiert sein können. Diese verlangten nach einer ‚Vervollständigung' durch die Zuschauenden: Ihr Sinnpotenzial entfalten sie innerhalb der sozialen und kulturellen Beziehungen, in die sie integriert sind. Er spricht deswegen von „produzierbaren Texten" (Mikos 2008, S. 23); das semantische und symbolische Potenzial entwickle sich erst durch aktive Zuschauende:

> „[...] This activation of meaning potential of a text can occur only in the social and cultural relationships into which it enters. The social relationships of texts occur at their moment of reading as they are inserted into the everyday lives of the readers" (Fiske 1989, S. 3, zit. n. Maier 2007, S. 116 f.).

Für seine Version der textuellen Offenheit bzw. Polysemie zieht er von ihm identifizierte Merkmale, die Leerstellen im Text produzieren und diesen somit vielfältig ‚verwendbar' machen, heran. Hierzu gehören u.a. Ironie, Metaphern oder Witze, die über eine ‚Kollision' von verschiedenen Diskursen funktionieren (vgl. Fiske 1987, S. 85 ff.).

Kritik an Fiskes Theorien wurde dahin gehend geäußert, dass er zu optimistisch hinsichtlich des subversiven Potenzials des Medienkonsums sei, insofern er u.a. nach der Ermächtigung bzw. der Artikulation der Interessen Subordinierter durch Texte fragt (vgl. Winter & Mikos 2001, S. 11). Stattdes-

Religion, sexuelle Orientierung, Bildung/Beruf, etc.).

sen wird in den hier genutzten Quellen überwiegend eine Endlichkeit der möglichen aktivierbaren Bedeutungen des Textes durch die Zuschauenden betont, da dieser durch die stetige Integration dominanter Ideologien den Bereich des ‚Kampfes' um die Bedeutung limitiere, indem das Terrain abgesteckt werde, innerhalb dessen sich seine unterschiedlichen Lesarten aushandeln ließen (vgl. ebd., S. 42).
In Industriegesellschaften bestimmen ökonomische Interessen die Produktion und Verbreitung von Medienprodukten, die entsprechend eine möglichst breite Masse an Menschen erreichen und ansprechen sollen. Für diese Zwecke – und das betont auch Fiske – ,

> „television attempts to homogenize this variety so that the one program can reach as many different audiences as possible. It tries to work within what these different audiences have in common, but it also has to leave space for their differences to come into play in their readings of the program" (Fiske 1987, S. 37).

Als gemeinsame Bezugspunkte nennt er erstens die „shared dominant ideology and secondly [...] a set of textual conventions that producers and readers share because they are part of a common history and experience" (ebd.). Dabei sei die Präsenz der dominanten Ideologie notwendig, um einerseits die Popularität, sowie andererseits die Zugänglichkeit von Fernsehtexten sicherzustellen.
Den Annahmen der hier angeführten Autor_innen folgend, verstehe ich also Polysemie als grundsätzlich eingeschränkt und strukturiert, da sie der dominanten Ideologie entgegensteht, die ihrerseits auf eine Ausschließung von alternierenden oder widerständigen Bedeutungen und auf eine Homogenisierung von bevorzugten Bedeutungen zugunsten ihrer eigenen Interessen hinarbeitet (vgl. Winter & Mikos 2001, S. 36). Dies soll allerdings nicht bedeuten, dass progressiven, widerständigen Diskursen kein Raum gelassen würde. Gerade die Widersprüchlichkeit dominanter und oppositioneller Elemente mache laut Fiske die ‚Essenz' populärer Texte aus (vgl. Fiske 1987, S. 47).

IV. 2 Figuren und Identifikation

Für diese Arbeit spielen die Figuren bzw. Personen in den Sendungen und Beiträgen des Fernsehsenders Sixx insofern eine besondere Rolle, als ich anhand angebotener weiblicher Subjektpositionen im Rahmen jener den Texten eingeschriebenen Diskurse die Bedeutungskonstruktion durch diese nachvollziehen und somit untersuchen möchte, welches Wissen – wie – durch Repräsentationen vermittelt wird.
Um herauszufinden, ob Sixx als Agentin des Postfeminismus, als Subjektivierungsinstanz postfeministischer Weiblichkeit, verstanden werden kann, müssen die auftretenden Figuren bzw. Charaktere analysiert werden; denn mit und durch die Film- und Fernsehfiguren verständigt sich eine Gesellschaft unter anderem über ihre Identitäts- und Rollenkonzepte. In diesem Sinne haben die Figuren eine wesentliche Funktion im Rahmen der Repräsentation für die Subjektpositionierung und Identitätsbildung der Zuschauenden (vgl. Mikos 2008, S. 51).

Wie oben veranschaulicht wurde, hängt die Wahrnehmung der auftretenden Figuren durch die Rezipierenden von den in der Gesellschaft bzw. der Lebenswelt der Zuschauenden kursierenden Bedeutungen und Konzepten von Selbst, Person, und Identität ab (vgl. ebd.). Lothar Mikos (vgl. ebd.) betont, dass die Inszenierungen von Figuren zu dem Wissen, stärker aber zu den Emotionen, der Zuschauenden hin geöffnet sind. So könnten Sympathie und Antipathie gegenüber einer Figur, welche wiederum von den persönlichen Einstellungen und Lebenshintergründen der Zuschauenden bzw. deren

Verortung in gesellschaftlichen Diskursen bestimmt werden, den Grad an Identifikation beeinflussen. Über Repräsentationen in medialen Texten sowie auf der Ebene der Rezeption und Aneignung von eben diesen findet ein „Kampf um Bedeutungen" (Winter & Mikos 2001, S. 44) statt, von denen jene durchsetzungsfähigsten Konzepte und Diskurse in ihrer weiteren gesellschaftlichen bzw. medialen Zirkulation normalisiert werden und normalisierend wirken.

Kennzeichnend für die heutige Identitätskonstruktion sei, dass diese als eine an ein globales Kommunikations- und Mediennetz angeschlossene verstanden werden müsse. Mittels jener über die Medien, das Fernsehen, transportierten Identitätsangebote handelten wir unsere eigene Positionierung innerhalb des Systems der Zweigeschlechtlichkeit aus (vgl. Dorer 2002, S. 74). Identität soll hier ganz allgemein als das Selbst-Bewusstsein verstanden werden – sie gibt uns eine Antwort auf die Frage, wer wir sind. Geschlecht ist dabei eine der notwendigen sozialen Differenzkategorien, welche Identität stabilisieren und uns einen „Platz in der Welt" ermöglichen (Maier & Lünenborg 2013, S. 45).

Die Identität des „postmodernen Subjekts", wie Hall es nennt (Becker-Schmidt & Knapp 2000, S. 182, zit. n. ebd., S. 46), wird dabei als fragmentiert betrachtet, als widersprüchlich und vielfältig: Es wird von geschlechtlichen, sexuellen, ethnischen, sozialen und altersbedingten Differenzachsen mitgeprägt. Eine Konzeption des Subjekts, wie es der interaktionistischen Geschlechtertheorie und diskurstheoretischen Dekonstruktion zugrunde liegt, geht nicht davon aus, dass die „verschiedenen Identitäten des Subjekts" (ebd.) von Natur aus gegeben seien. Es wird also kein naturgegebener innerer ‚Kern' angenommen, der sich in Auseinandersetzung mit anderen verändert, sondern davon ausgegangen, dass Identitäten kulturell und historisch definiert sind: „Geschichte verändert die Vorstellung, die wir von uns haben" (Hall 1999, S. 93, zit. n. ebd.).

Aufgrund unserer gesellschaftlichen Positionierung – also inklusive unserer Identität(en), unserer Bildung und Verortung in Diskursen – verhandeln wir mit Fernsehtexten über die in diesen angebotenen Subjektpositionen und von diesen ausgehenden Bedeutungen. Subjektpositionen verstehe ich als durch Diskurse geschaffene „identitätslogische Anreden innerhalb bestimmter Konventionen und Kontexte" (Villa 2013, S. 66), die Identifizierungen anleiten und Existenz im Sinne einer gesellschaftlichen Intelligibilität möglich machen.

In diesem Sinne sind auch (postfeministische) Mediendiskurse an der Hervorbringung von Subjekten und Prozessen der Subjektivierung beteiligt (vgl. Villa 2012a, S. 38). Diese geht zugleich mit einer Unterwerfung unter spezifische Regeln, welche die jeweiligen Subjektpositionen mitbestimmen, einher. Nach Foucault formieren sich Subjektpositionen entlang diskursiver Vorgaben und Machttechniken (vgl. Gerbig 2009, Abs. 3) und können somit als vorläufiger Effekt diskursiver und damit gesellschaftlicher Dynamiken verstanden werden (vgl. Villa 2012a, S. 44).

Damit die Zuschauenden mit den Repräsentationen ‚arbeiten' bzw. Sinn aus diesen ziehen, die Geschichte interpretieren und in gesellschaftliche Kontexte einordnen können, werden diese dazu ermutigt, sich mit den Figuren zu identifizieren. Identifikation setzt dabei ein Verstehen voraus, das nur möglich ist, wenn man sich in andere Personen bzw. die Figuren hineinversetzt. Eine Identifikation findet dann statt, wenn man diese andere Person mit der eigenen vergleicht, Übereinstimmungen (oder Abweichungen, Wünsche) feststellt (vgl. Mikos 2008, S. 174). So werden bestimmte soziale Werte und Eigenschaften ‚gebündelt' in einer Person repräsentiert und ergeben eine Subjektposition, „that the reader is invited to occupy in order to make easy, obvious sense of the text" (Fiske 1987, S. 51).

Die Prozesse der Repräsentation und Rezeption in und durch das Fernsehen beschreibt Fiske (1987) mit televisuellen Kodes, die jene in der Gesellschaft zirkulierenden Normen bzw. Diskurse widerspiegeln und/oder (re-)produzieren. So würden die in den Texten repräsentierten sozialen (Kleidung, Make-Up, Verhalten, Ausdrucksweisen, Auftreten) oder technischen (Kameraführung, Beleuchtung, Musik) Kodes (neben anderen) als regelgeleitete Zeichensysteme auf Basis ideologischer Kodes „such as those of individualism, patriarchy, race, class, materialism, capitalism" (ebd., S. 5) in einen für die Zuschauenden als Mitglieder einer Gesellschaft ‚sinnvollen' Zusammenhang gebracht bzw. organisiert. Unter Rückgriff auf J. Hartleys (1983) „seven types of subjectivity: namely self, gender, age-group, family, class, nation, ethnicity" erklärt Fiske (ebd., S. 50 f.), wie auf ideologischer Basis ‚runde', vereinheitlichte Subjektpositionen entstehen, die keine Brüche oder Widersprüchlichkeiten aufwiesen, sondern sich entsprechend stützten. Für die spätere Analyse ist es wichtig auf das Paradox der hier behandelten postfeministischen Ideologie hinzuweisen, da diese sowohl patriarchale als auch feministische Ideologien miteinander zu vereinen sucht – stets unter der (impliziten) Prämisse, ersterer zunehmenden ‚Aufschwung' zu verleihen.

In der Analyse wird es somit u.a. meine Aufgabe sein herauszufinden, auf welche Weise relevante Kodes kombiniert bzw. organisiert werden, um daraus ableiten zu können, ob und wie (eingebettet in welchen diskursiven Rahmen) durch die postfeministische Ideologie bestimmte normativ-hegemoniale Konzepte von Weiblichkeit vermittelt werden sollen.
Im Anschluss an die Theorien Antonio Gramscis bezieht sich der Begriff der Hegemonie auf einen Typus von Herrschaft, der im Wesentlichen auf der Fähigkeit beruht, eigene – jene dominanter Gruppierungen oder Klassen – Interessen als gesellschaftliche Allgemeininteressen zu definieren und durchzusetzen. Es wird also angestrebt,

> „die bereitwillige Zustimmung der untergeordneten Klassen zu erlangen, die ihre Unterordnung sicherstellt. Diese Zustimmung muss ständig neu gewonnen werden, denn die materielle soziale Erfahrung der Leute erinnert sie stets an die Nachteile der Unterordnung und stellt somit für die dominante Klasse eine ständige Bedrohung dar" (Winter & Mikos 2001, S. 26).

Hegemonie bezeichnet also keine statische Machtbeziehung, sondern einen ständigen ‚Kampf' um Ideologien, insofern als von einem ständigen Widerspruch zwischen der Ideologie und der sozialen Erfahrung der Untergeordneten ausgegangen wird. TV-Analysen der Cultural Studies gehen somit der Frage nach, wie es der herrschenden Klasse gelingt, allgemein geltende Bedeutungen mittels televisueller Repräsentationen zu produzieren und zu erklären, wie es dazu kommt, dass Menschen die bestehenden Verhältnisse akzeptieren. Hegemonie als ständigen historischen und gesellschaftlichen Veränderungen unterworfen, ist also auf Zustimmung angewiesen, die immer wieder neu hergestellt und legitimiert werden muss (vgl. Maier 2007, S. 44 f; Fiske 1987, S 40 f.)
Die Wirkungsweise von hegemonialen Diskursen und Konzepten, das Denken, Fühlen und Handeln der Menschen normierend, zensierend und disziplinierend, sei dabei allerdings nicht als repressiv, sondern im Gegensatz als produktiv zu betrachten (vgl. Maihofer 1995, S. 81, in. Maier 2007, S. 45), da Menschen die Normen, die sich einhergehend mit dominanten Ideologien entwickeln, stets wiederholen und reinszenieren, sie also performativ herstellen. Die Bedingung für performative Praktiken, die (nicht nur!) dominante Ideologien (re-)produzieren, stellt die Annahme von, also die Identifikation mit, angebotenen Subjektpositionen dar. Louis Althussers Ausführungen zur Interpellation können als wichtige Ausgangspunkte in feministischen bzw. medienwissenschaftlichen Theorien und Auseinandersetzungen (vgl. Butler 2001)

verstanden werden, die Fragen nach der ideologischen (Re-)Produktion von Macht- und Herrschaftsverhältnissen im Feld des Kulturellen entwickeln bzw. untersuchen (vgl. Maier 2007, S. 34 f.).
Zur Kommunikation mit den Zuschauenden sendet ein Fernsehtext also ideologische Anrufungen aus, die diese annehmen oder subvertieren können: „Durch die Reaktion auf [eine] Anrufung erkennen die Adressaten die soziale Position, die unsere Sprache konstruiert hat, und reagieren sie kooperativ, dann nehmen sie dieselbe Position ein" (Mikos & Winter 2001, S. 23). Erkennen sich die Zuschauenden in den Positionen, die interpelliert werden, wieder, nehmen sie entsprechend an der Arbeit der Ideologie teil, indem sie die Subjektpositionen annehmen, die ihnen angeboten werden.

V Die Macht medialer Geschlechternormen

V. 1 Gender Reg(ul)ierungen

Angesichts der Allgegenwart der Medien und deren Strategie, unaufhörlich Aufmerksamkeit und damit Wissen, bzw. „symbolische Karten der Welt" (Winter 2006, S. 199) zu produzieren und somit zu versuchen, den Bereich des ‚Wahren' zu definieren, stellt sich unweigerlich die Frage, wieviel Handlungsmacht uns im Prozess der Medienrezeption zukommen kann, bzw. andersherum, welche Mechanismen unseren Widerstand vor dem Hintergrund der stetigen, diskursiven Produktion von ‚Normalität' begrenzen.
Da es in dieser Arbeit um die Frage nach den wirklichkeitskonstituierenden Effekten und somit um Prozesse der Subjektivierung von und durch mediale/n Weiblichkeits(re-)konstruktionen geht und in der späteren Analyse um die Frage, ob der Frauensender Sixx als Agentin des Postfeminismus betrachtet werden kann, ob und inwiefern sie also eine spezifische Rolle als „Institution des Geschlechts" (Dorer 2002, S. 74) einnimmt, möchte ich im Folgenden einen weiteren Schritt in Richtung einer Erläuterung darüber gehen, wie, mittels welcher Strategien, Rezipierende in diesen Prozess eingebunden und – im Sinne des Ziels der Aufrechterhaltung des patriarchalen Symbolischen – ‚regiert' werden.
Grundsätzlich gehe ich davon aus, dass Medien und somit das Fernsehen im Sinne des Versuchs der Platzierung dominanter Ideologien eine Machttechnik der Normierung und Disziplinierung, eine gesellschaftlich kulturell wirksame „Technologie des Geschlechts" (de Lauretis 1996) darstellen. Menschen sind medialen Repräsentationen nicht willenlos ‚ausgeliefert', doch begrenzen sie ihre Erfahrungen und Handlungsoptionen, ebenso wie sie diese gleichzeitig auch ermöglichen (vgl. Maier 2007, S. 15). Normierung und Disziplinierung sind dabei nach Foucault nicht als repressiv, sondern in erster Instanz als ein produktiver Vorgang der Hervorbringung zu verstehen:

> „Der Grund dafür, dass die Macht herrscht, dass man sie akzeptiert, liegt ganz einfach darin, dass sie nicht nur als neinsagende Kraft auf uns lastet, sondern in Wirklichkeit die Körper durchdringt, Dinge produziert, Lust verursacht, Wissen hervorbringt, Diskurse produziert; man muss sie als ein produktives Netz auffassen, das den ganzen sozialen Körper überzieht und nicht so sehr als negative Instanz, deren Funktion in der Unterdrückung besteht" (Foucault 1978, S. 35, zit. n. Dreesen u.a.. 2012, S. 10).

Medien, so soll hier deutlich werden, sind in die „Triade von Wissen, Macht und Subjektivierung eingebunden" (Wedl 2008, S. 1). Sie arbeiten im Namen von Ideologien daran, bestimme Gegenstandsbereiche in den Status systematischen Wissens zu erheben und somit Individuen zu lenken bzw. „das Feld eventuellen Handelns der anderen zu strukturieren" (Foucault 1996, S. 37, zit. n. Schneider 2006, S. 92). Wie das obige Zitat impliziert, soll in dieser Arbeit

die Produktivität von Macht betont und somit die Wechselwirkung zwischen Herrschaftstechniken und Selbsttechniken, wie Foucault sie in seiner späten Machtanalytik beschreibt (vgl. Lemke, Krasmann & Bröckling 2000), verdeutlicht werden. Ich möchte zeigen, inwiefern wir selbst im Rezeptionsprozess, gewissermaßen ‚angeregt' durch hegemoniales Wissen, zur Selbstproduktion unserer Subjektivität motiviert werden: „Der Kontaktpunkt, an dem die Form der Lenkung der Individuen mit durch andere mit der Weise ihrer Selbstführung verknüpft ist, kann nach meiner Auffassung Regierung genannt werden" (Foucault 1993, S. 203, zit. n. ebd., S. 29).

Regierung im Sinne Foucaults bezieht sich also weniger auf die Unterdrükkung von Subjektivität, sondern vor allem auf ihre (Selbst-)Produktion, „auf die Erfindung und Förderung von Selbsttechnologien, die an Regierungsziele gekoppelt werden können" (ebd.). Diese Verbindung einer Führung durch andere mit einer Führung seiner selbst als ineinandergreifende Praktiken des Regierens (vgl. Wedl 2008, S. 3), bündelt Foucault unter dem Begriff der Gouvernementalität[16]. Machtausübung könne somit als dezentralisiert begriffen werden und bestehe im „‚Führen der Führungen' und in der Schaffung der Wahrscheinlichkeit" (Foucault 1996, S. 36, zit. n. ebd., Herv. i .Orig.). Dabei gehe es darum, die Formierung der Individuen zu (Begehrens-)Subjekten sicherzustellen, was durch eine Mobilisierung diverser Institutionen (hier: Medien) sowie durch eine Vervielfältigung der Ziele und Agenten der Macht erreicht werde (vgl. Schneider 2006, S. 94).

V. 2 Unbewusste Prozesse und Begehren in der Medienrezeption

Die Aufgabe der Medien ist es im Rahmen gesellschaftlicher Entwicklungen, die mit diesen einhergehenden Normen zu thematisieren bzw. zu aktualisieren, wobei – so Johanna Dorer – über die Normierung des Sehens und Hörens das Wahrnehmungsdispositiv durch das Mediale und seine Normen derart geprägt werde, dass zunehmend Formen widerständiger Lesarten verdrängt würden, obgleich diese sowie widerständige Produktion und Interaktion präsent seien (vgl. Dorer 2008, S. 361). Dabei sei der medialen Form und Wirkung die Strategie des Begehrens eingeschrieben. Die zentrale Rolle von unbewussten Prozessen in der Medienrezeption betont auch Brigitte Hipfl (2008), die unter Rückgriff auf die lacansche Psychoanalyse darlegt, dass Fantasien, über die „das Begehren des Subjekts in Szene gesetzt wird" (ebd., S. 145), ein grundlegender Bestandteil unserer Subjektivität und unserer Beziehung zur Welt sind. So müsse ein (Medien-)Diskurs, um ‚erfolgreich' zu sein, das Imaginäre ansprechen, gewissermaßen eine Kommunikation mit dem Ideal-Ich eingehen und für dieses einen Projektionsrahmen bieten (vgl. ebd.).

In der Psychoanalyse, die sich auf das Spannungsfeld von Sozialem und Psychischem bzw. auf die Rolle der Kultur als Kontrollinstanz der menschlichen Triebimpulse, die in gesellschaftlich akzeptierte Muster übergeführt

16 Foucault führte den Begriff der Gouvernementalität in seinen Vorlesungen am Collège de France (1978/1979) ein, in denen er Theorien über die „Genealogie des modernen Staates" (Vorl. v. 5.4.1978) vorstellte, dessen Spuren er von der griechischen Antike bis in die Gegenwart verfolgt. Er geht davon aus, dass der moderne westliche Staat das Ergebnis einer komplexen Verbindung politischer und pastoraler Machttechniken ist und spricht von ‚Pastoralmacht' als einer „christlich religiöse[n] Konzeption der Beziehung zwischen Hirt und Herde, in deren Mittelpunkt die ‚Regierung der Seelen' - das heißt die Führung der Individuen im Hinblick auf ein jenseitiges Heil - steht" (Lemke, Krasmann & Bröckling 2000, S. 11, Herv. i. Orig.). Diese innerhalb des Christentums entwickelten Führungstechniken hätten im 16. und 17. Jahrhundert eine Ausweitung und Säkularisierung erfahren, wobei die allmähliche Auflösung feudal-ständischer Strukturen, der Aufbau von Territorial- und Kolonialreichen und die reformatorischen und gegenreformatorischen Bewegungen für eine Verallgemeinerung der Pastoralmacht über den kirchlich-religiösen Entstehungskontext hinaus sorgten (vgl. ebd.). Im Laufe des 18. und 19. Jahrhunderts hätte sich diese Form der Führung in verschiedene Praxisbereiche ausgeweitet (vgl. Wedl 2008: 3) und Subjektivierungsformen hervorgebracht, auf denen der moderne Staat und die kapitalistische Gesellschaft aufbauen. Für eine detaillierte Ausführung siehe die Einleitung von Lemke, Krasmann & Bröckling (2000) in dem von ihnen herausgegebenen Sammelband *Gouvernementalität der Gegenwart.*

werden, konzentriert, spielt vor allem die Bedeutung unbewusster Prozesse für Identität, Sexualität und die Strukturen unseres Begehrens eine wichtige Rolle. Lacans Weiterentwicklung Freudscher Konzeptionen, betont Hipfl, „ergänzen die poststrukturalistische Rede vom dezentrierten und performativ konstituierten Subjekt" (ebd., S. 141). Mittels einer zusammenfassenden Darstellung der wichtigsten psychoanalytischen Konzepte zur Subjektentwicklung bei Lacan, die hier allerdings nur in Ansätzen aufgegriffen werden können, verdeutlicht Hipfl die zentrale Rolle der Vorstellungen und Bilder, die im Laufe des Subjektivierungsprozesses und abhängig vom soziokulturellen Kontext entwickelt werden und dazu führen, dass wir uns als einheitliche und selbstbestimmte Subjekte imaginieren (vgl. ebd.).

> „Für Lacan ist die Entwicklung des Subjekts der schwierige Prozess eines Kleinkindes, über die Beziehung zu anderen, eine Position in der symbolischen Ordnung, die sprachlich strukturiert ist, zu finden. Dieser Prozess geht einher mit Trennungs- und Verlusterfahrungen, mit denen gleichzeitig das Begehren grundgelegt wird" (ebd.)

Mit symbolischer Ordnung bezeichnet Lacan unter Rückgriff auf Claude Lévis Strauss jene Gesetze und Regeln, die das Zusammenleben der Menschen, die soziale Welt strukturieren (vgl. ebd., S. 142). Dabei komme der Sprache eine zentrale Rolle insofern zu, als dass jedem bzw. jeder Einzelnen mittels Sprache ein Platz in der symbolischen Ordnung zugewiesen werde. Sie sei somit weniger ein Kommunikationsmittel als eher ein Mittel der Identifizierung. Den Eintritt des Kindes in die Sprache beschreibt Lacan in Anlehnung an das von Freud an seinem Enkelsohn beobachtete „Fort-Da-Spiel" (Wegwerfen und Heranholen einer mit einem Faden umwickelte Holzspule), in dem das Kind das Drama von Anwesenheit und Abwesenheit inszeniert. Das Spiel ist insofern von Bedeutung, als dass das Kind mit ‚fort' und ‚da' seine erste Signifikantenkette bildet, die für die Bedeutungsproduktion bei Lacan besonders relevant ist. Bedeutung entstehe nämlich als ‚Effekt' der sich differenziell konstituierenden Signifikanten innerhalb eines Netzwerkes (vgl. ebd., S. 143). Erst mit dem Auftreten des Gegenparts erhielten die beiden Signifikanten ihre Bedeutung. Die beiden Worte stehen nun für die An- bzw. Abwesenheit des Spielzeuges, des verlorenen Objekts, das das Kind als etwas wahrnimmt, das ihm zu seiner eigenen Vollständigkeit fehlt.
Im Imaginären entstehe somit der Wunsch nach diesem Objekt, um den Mangel zu beheben, was aber nicht möglich sei: in der bzw. durch die Symbolisierung werde dieser Mangel im Gegenteil ständig reproduziert. Dieses unbewusste Wünschen, das Begehren nach dem Aufheben von Mängeln, die sich auf Idealvorstellungen aus dem symbolischen Bereich beziehen, die wir aber nie erreichen können, stelle nach Lacan das Motivationsprinzip unseres Lebens dar (vgl. ebd.).
Der Eintritt des Subjekts in die symbolische Ordnung, das auch als Feld des Anderen bezeichnet wird, positioniere das Subjekt selbst als einen Signifikanten in diesem und bestimme damit seine sozio-kulturelle Existenz. Der Eintritt in diese sprachlich strukturierte Ordnung sei zudem mit einem Entfremdungseffekt verbunden, indem wir die Realität nur über Worte erfassen könnten und uns damit der direkte Zugang zum ‚Sein', zu unseren Trieben, versperrt werde. An dieser Stelle komme es nach Lacan dann zur Bildung des (sprachlich strukturierten) Unterbewussten. Mit Fantasien werde das Begehren des Subjekts in Szene gesetzt, sie fungierten als der Ort, an dem Bewusstes und Unbewusstes, Selbst und Anderes zusammenkommen (vgl. ebd., S. 145).

In unserer Kultur sind es insbesondere die Medien, die uns eine Vielzahl von Fantasieszenarien bereitstellen. Es sind Geschichten „über Identität, die Beziehung zu anderen, das Verhältnis zu Regeln und Gesetz", in denen

in unendlicher Variation die thematisch begrenzten Primärfantasien durchgearbeitet werden und deren Inszenierung es möglich macht, dass wir mit unseren Wünschen darin Platz finden (ebd., S. 146). Auf diese Weise komme Fantasien auch eine ideologische Funktion zu, stützen und strukturierten sie doch unsere Realität: „Fantasien sind nicht irgendwelche verrückten Ideen über die Realität, sondern ihre psychofantasmatischen Voraussetzungen" (ebd.), wobei es

> „[...] die Bilder und kulturellen Repräsentationen [sind], aus denen das Subjekt lernt, was es zu begehren hat. Die Ausrichtung der unbewussten Wünsche der Subjekte wird für diese vorfabriziert" (ebd., S. 148).

Deutlich sollte so werden, wie sehr das Imaginäre und die symbolische Ordnung miteinander verwoben sind, wobei diese ‚Vorfabrikationen' – trotz ihrer weitreichenden Beständigkeit – nicht als begrenzt, sondern als im Zusammenhang bzw. einhergehend mit der Entwicklung sozialer Normen zu begreifen sind, wie ich mit Butler weiter unten noch zeigen werde.

V. 3 Die mächtige Psyche oder: Die Internalisierung von Normen

V. 3. 1 Subjekt & Subjektivation

Es existiert, so Judith Butler, kein Subjekt vor seiner Unterwerfung, es wird in und durch diskursive Praxen konstituiert, indem es unbewusst Machtverhältnisse internalisiert, um so den Status einer intelligiblen, anerkennungswürdigen Identität zu erhalten. An dieser Stelle ist zu betonen, dass konkrete Personen bzw. Individuen nicht mit Subjekten gleichzusetzen sind, insofern letztere als normative Diskurspositionen, als „Platzhalter, als in Formierung begriffene Struktur[en]" (Butler 2001, S. 15) zu begreifen sind.

Das Subjekt ist – durch Diskurse konstituiert – die „sprachliche Gelegenheit des Individuums" (ebd.), ein Ort, den es zu besetzen gilt, um lebensfähig zu sein.

> „‚Subjektivation' bezeichnet den Prozess des Unterworfenwerdens durch Macht und zugleich den Prozess der Subjektwerdung. Ins Leben gerufen wird das Subjekt, sei es mittels Anrufung oder Interpellation im Sinne Althussers oder mittels diskursiver Produktivität im Sinne Foucaults, durch eine ursprüngliche Unterwerfung unter die Macht" (Butler 2001, S. 8).

Die Macht der diskursiven Ordnungen dränge sich uns auf, folglich akzeptierten wir sie, geschwächt und unwissend darüber, dass wir mit der Annahme der Bedingungen dieser Macht zutiefst von diesen abhängig sein werden. Doch bestehe Subjektivierung „eben in dieser grundlegenden Abhängigkeit von einem Diskurs, den wir uns nicht ausgesucht haben, der jedoch paradoxerweise erst unsere Handlungsfähigkeit ermöglicht und erhält" (ebd.).
Auch Butler geht es insbesondere in Bezug auf das Subjekt ‚Frau' darum, nach den Mechanismen der Produktion einer bestimmten Idee des Subjekts zu suchen, die sich ‚materialisiert', also real gelebt wird (vgl. Villa 2012a, S. 40). Sie interessiert sich dafür, wie das Subjekt der Unterwerfung gebildet wird, „wie die Macht, die zunächst von außen zu kommen und dem Subjekt aufgezwungen und es in die Unterwerfung zu treiben schien, eine psychische Form [annimmt], die die Selbstidentität des Subjekts ausmacht" (Butler 2001, S. 9). Butler bezeichnet den individuellen, psychischen Anteil an Subjektivationsprozessen in Anlehnung an Hegel, Nietzsche und Althusser als „Umwendung" (Butler 2001, S. 157).

Der Prozess der ‚Anrufung' nach Althusser, auf den sich auch Foucault mit seiner Theorie der diskursiven Erzeugung des Subjekts bezieht (vgl. ebd., S. 10), soll erklären, wie das gesellschaftliche Subjekt durch sprachliche Mittel erzeugt wird. Dadurch, dass sich jemand durch eine Anrede angesprochen fühlt, sich zu dieser ‚umwendet', willigt der- oder diejenige der Anrufung ein. Butler verwendet als Illustration das Beispiel eines Polizisten, der auf der Straße einem Passanten „He, Sie da" zuruft; der Passant dreht sich um und erhält eine bestimmte Identität (vgl. ebd., S. 91 ff.). Hier vollzieht sich die Unterordnung des Subjekts durch die Sprache, als Wirkung einer autoritären Stimme: „Im Austausch, in dem diese Anerkennung angeboten und angenommen wird, findet eine Anrufung statt – eine diskursive Produktion des gesellschaftlichen Subjekts" (ebd., S. 10 f.).
Laut Butler handelt es sich hier um eine Disziplinierungsszene und sie geht innerhalb ihrer Analysen den Fragen nach, weshalb sich das Subjekt erst zur Stimme umwendet, welche Auswirkungen diese Umwendung auf die Konstitution des Subjekts hat und was passiert, wenn sich das Subjekt nicht umwendet, es die Anrufung also missachtet (Butler 2001, S. 81 ff.), wenn sich also eine Adressierung nicht mit dem Selbstverständnis des oder der Angerufenen deckt. In diesem Zusammenhang kritisiert Butler die „zeitweilige Totalisierung" (Butler 1995, zit. n. Villa 2012a, S. 46) von Anrufungen mittels Identitätskategorien wie ‚Frau', ‚Mutter', ‚Ausländerin' etc. (vgl. ebd.).

Ein Individuum könne nicht auf nur eine Subjektposition reduziert werden; institutionelle bzw. durch Konventionen geprägte Identitätsanrufungen operierten nämlich automatisch mit Ausschlüssen anderer Subjektpositionen. Werde jemand als ‚Frau' betitelt, so werde hiermit innerhalb des Kontextes, in dem diese Anrufung wirkt, die Vielfalt des Individuums zugunsten eines Titels, einer Identität überblendet; diskursiv verfasste Gewalt liege in der Reduktion von Existenzmöglichkeiten für Personen (vgl. Villa 2012a, S. 47).

Angela McRobbie konstatiert, dass die Konsumsphäre, die Mode- und die Schönheitsindustrie eine Ausweitung und Vervielfältigung von Anrufungen an junge Frauen produzieren (vgl. McRobbie 2010, S. 95). Doch warum würden sich Frauen zu dieser – durch die Medien lauter werdenden – autoritären Stimme umwenden und sich den Regulierungen beugen, die den Raum der weiblichen Intelligibilität abstecken bzw. so umfangreich beherrschen? Welches sind also die verantwortlichen Mechanismen für die Konstruktion des kontemporären weiblichen ‚Ideal-Subjekts', das einerseits berufliche und sexuelle Freiheiten genießt und sich nur ‚für sich selbst schön macht' (vgl. Degele 2004, S. 250), um so dessen Unabhängigkeit (von sozialen Erwartungen und Einflüssen anderer), Stärke und Wahlfreiheit zu untermauern, während es andererseits, stets dementierend (vgl. ebd.; McRobbie 2010, S. 100 f.), den Preis einer permanenten Selbstüberwachung zum Zweck einer Aufrechterhaltung der eigenen Integrität und Authentizität zahlt? Was sind die Gründe für das Befolgen der Logik eines „unternehmerischen Selbst" (Bröckling 2007) , das den genormten Körper als Bewertungsmaßstab für Erfolg und als Beweis des Strebens nach stetiger Verbesserung instrumentalisiert. Was steckt hinter dem Streben nach „absoluter Perfektion" (Rivière 1994, zit. n. McRobbie 2010, S. 105), verkörpert in der Figur der so genannten Fashionista, die ein bis ins Detail definiertes „Weiblichkeitskostüm" (ebd.) trägt, „das Schauspiel der Weiblichkeit triumphierend als Exzess reinszeniert (auf Grundlage der finanziellen Unabhängigkeit durch Berufstätigkeit)" (ebd., S. 102)?
Die Aufmerksamkeitsräume, innerhalb denen junge Frauen als individualisierte Subjekte in den Vordergrund gerückt und ihnen bestimmte Fähigkeiten zugesprochen werden, dienen laut McRobbie sowohl der Ersetzung und Verdrängung (des Feminismus) und somit durch den mittels Macht erzeugten Scheinwerfer-Effekt der Verbreitung des Eindrucks von Freiheit gekoppelt mit der Veränderung des Status von Frauen als auch als Überwachungsmodus

im Sinne des foucaultschen Panopticons. Die regulativen Dynamiken werden durch die neuen Optionen zur Sichtbarkeit (Arbeitsmarkt, Medien etc.) gewissermaßen weich gezeichnet oder verschleiert (vgl. McRobbie 2010, S. 88). Wie oben erwähnt, gilt die weibliche Konsum- und Schönheitspraxis als historisch bedingt gekoppelt an die Macht und die Industrialisierung des männlich-erotischen Blicks. Durch die Verinnerlichung von durch diese patriarchalen Blickkulturen geprägten Normen lernen Frauen, sich selbst als das ‚schöne Geschlecht' zu definieren, was laut Otto Penz die Anerkennung der Macht des männlichen Blicks und des „Körpers-für-andere" (Penz 2010, S. 24) ausdrücke. Gemäß des Panopticons, eine Disziplinarinstitution, ursprünglich entworfen im Jahr 1791 von dem britischen Philosophen Jeremy Bentham zum Bau von Gefängnissen, dessen Architektur von Foucault zur Illustration seiner Subjektivierungstheorien weiterentwickelt wurde, internalisiert das zu disziplinierende Subjekt – dem potenziellen Blick eines selbst unbeobachtbaren Beobachters ausgesetzt, so dass zuletzt auf eine kontrollierende Beobachtung des Subjekts verzichtet werden kann. Es übernimmt

> „den kontrollierenden Blick von außen und trainiert sich darin, Fremd- in Selbstbeobachtung zu transformieren. Das Ergebnis dieser Disziplinierung des Subjekts ist im foucaultschen Sinne eine ‚Individualisierung': Diese meint hier keine Befreiung aus sozialen Kontrollmechanismen, sondern stellt sich als Resultat bestimmter sozialer Fremd- und Selbstbeobachtungstechnologien heraus" (Reckwitz 2008, S. 33 f.).

Wie später anhand der postfeministischen Maskerade deutlich werden soll, wird der Fortbestand des patriarchalen Gesetzes verschleiert; sein überwachendes Auge ist nicht mehr weiter notwendig: umgeformt und dezentralisiert übt es seine Macht innerhalb eines Regimes der Selbstkontrolle (vgl. McRobbie 2010, S. 98) aus und sichert die patriarchale Hegemonie erneut ab.

V. 3. 2 Das Symbolische

Ausgehend von Judith Butler entsteht das geschlechtlich markierte Subjekt dadurch, dass es der Regulierung[17] unterworfen wird. Sie betrachtet Gender als einen in der sozialen Praxis implizit fungierenden Standard der Normalisierung, wobei die Regulierungen, die Gender produzieren, nicht als Instanzen einer allgemeineren regulatorischen Macht verstanden werden können, die sich auch auf andere Formen sozialer und kultureller Normen auswirken: Der regulatorische Apparat, der Gender regiert, sei selbst genderspezifisch und führe sein eigenes, unverwechselbares regulatorisches und disziplinarisches Regime ein (vgl. Butler 2001, S. 72 f.).

Personen werden durch Gender als Norm reguliert und diese Regulierung fungiert als Bedingung für die kulturelle Intelligibilität einer Person (vgl. ebd., S. 91). Kritisch betrachtet sie die regulatorische Operation von Macht durch einen restriktiven Diskurs über Gender, der auf der Geschlechterbinarität Mann/Frau beharre, die hegemoniale Vorlage naturalisiere und somit verhindere, dass ihre Veränderung gedacht werden kann (vgl. ebd., S. 75).

Für die Verfestigung der Macht der Norm, die darin liegt, die Definition von Gender zu beschränken, macht Butler nicht zuletzt die durch den Strukturalismus und seine Thereotiker_innen verteidigte hegemoniale Vorstellung des Symbolischen der Kultur verantwortlich. Letztere (insbesondere Lévi-Strauss und Lacan) gingen davon aus, dass symbolische Normen von sozialen Normen unterschieden werden müssten und dass die Regulierung von

17 Butler versteht unter dem Begriff der „Regulierung" die Institutionalisierung des Prozesses,
durch den Personen normalisiert werden, unter „Regulierungen" jene konkreten Gesetze,
Regeln und Praktiken, die für die Konfiguration (diskursives Hervorbringen) von Phänomenen, e.g. Subjekten, verantwortlich sind (vgl. Butler 2001, S. 71 f.; Villa 2012a, Glossar).

Gender durch die Anforderungen des Symbolischen als Grundlage der patriarchalen Autorität vonstattengeht, die der Psyche von Anfang an auferlegt werden (vgl. ebd., S. 76).
Ausgehend vom primären oder symbolischen Inzestverbot ist „[d]as Symbolische [...] der Bereich des ‚Gesetzes', welches das Begehren im Ödipuskomplex regelt" (Evans o.J., zit. n. Butler 2010, S. 76) und der die Annahme des Sex reguliert, wobei dieser als ein differentielles Set von männlichen und weiblichen Positionen aufgefasst wird (ebd., S. 82).

Im lacanschen Sinne steckt das Symbolische den Bereich eines universellen und ewig währenden Gesetzes der Kultur ab, der sowohl vom biologischen als auch vom sozialen Bereich getrennt werden müsse. Das Symbolische wird bei Lacan im Sinne linguistischer Strukturen definiert, die Verwandtschafts- und Verbotsbeziehungen stützen und die universellen Bedingungen für die soziale Funktion von Sprache ermöglichen. Demnach verlangt die ödipale Instanz als Bedingung für den Erwerb von Sprache und sexueller Identität die Unterwerfung unter ihre Ordnung (vgl. McRobbie 2010, S. 95). Dabei dürften symbolische Positionen, z.B. der symbolische Ort des Vaters, nicht mit sozial geschaffenen und änderbaren Positionen verwechselt werden, die Väter im Laufe der Zeit eingenommen haben (vgl. Butler 2001, S. 79). Laut Butler überrasche es nicht, „dass der Stellenwert des [unangreifbaren] Gesetzes genau dem designierten Status des Phallus entspricht. Dieser ist innerhalb des lacanschen Schemas nicht einfach ein privilegierter Signifikant, sondern wird zum charakteristischen Merkmal des theoretischen Apparates, in dem dieser Signifikant eingeführt wird" (ebd., S. 81).[18] Durch die Trennung des Symbolischen vom Sozialen ergibt sich eine Unterscheidung zwischen dem Gesetz des Vaters und veränderlichen Gesetzen. Um die heterosexuelle Matrix und die patriarchale Autorität zu durchbrechen, die durch symbolische Gesetze konstituiert werden, sei es nötig zu verstehen, so Butler, dass die Unterscheidung zwischen dem symbolischen und dem sozialen Gesetz nicht aufrecht erhalten werden könne:

> „Und zwar deshalb, weil nicht nur das Symbolische eine Sedimentierung sozialer Praktiken ist, sondern auch weil die radikale Veränderung der Verwandtschaftsbeziehungen eine Neuformulierung der strukturalistischen Vorannahmen der Psychoanalyse erfordert, die uns einem poststrukturalistischen Verständnis der Psyche aus der Perspektive von Queers näherbringen" (ebd., S. 78).

Symbolische Positionen müssten vielmehr als kontingente Normen betrachtet werden, damit Gender die Möglichkeit hat, die naturalisierte Binarität und einhergehende Geschlechterungleichheiten zu überschreiten.
Deutlich wird durch das obige Zitat, dass die patriarchale Macht (das Symbolische) in den vergangenen Jahren durch feministische Bewegungen herausgefordert wurde; das bestätigt auch Angela McRobbie, die von den „Bedrohungen" (McRobbie 2010, S. 96) spricht, denen das Symbolische ausgesetzt ist. Zu diesen gehöre unter anderem „die aggressive Neupositionierung von Frauen aufgrund der ökonomischen Prozesse der weiblichen Individualisierung" (ebd.). Das Symbolische müsse nun, konfrontiert mit dem Problem, wie die Herrschaft des Phallozentrismus aufrechterhalten werden könne, neue Strategien entwickeln, um seine Autorität auszuüben. Dies geschehe

18 Hiermit ist eine Problematisierung des Begriffes des Phallus bei Lacan angesprochen bzw. gemeint, weil dieser mit den kulturellen Privilegien gleichgesetzt wird, die in einer patriarchalen Gesellschaft mit männlicher Subjektivität verbunden sind. Insbesondere feministische Theoretikerinnen wie Luce Irigay (1980) haben Lacans Konzept und die sich daraus für Frauen ergebende eingeschränkte Position kritisiert und alternative Modelle zu entwickeln versucht (vgl. Hipfl 2008, S. 151). Der weiter unten in Anlehnung an McRobbie (2010, S. 96) angeführte Begriff des Phallozentrismus verweist auf dieselbe Problematik.

mittels einer Gouvernementalisierung des Symbolischen durch die Verteilung von Macht auf immer mehr Institutionen und Instanzen, wie die Medien, und somit auch auf die Körper der Individuen selbst. Als Räume, in denen die patriarchale Autorität erneut ausagiert werden können, nennt McRobbie die Luminositäten des Weiblichen. Neben der Konsumsphäre, die für Frauen zu einer Institution der Autorität und der Beurteilung werde, gehörten zu den wichtigsten Elementen des dezentrierten Symbolischen die „wachsende Bedeutung der obligatorischen Weiblichkeitsrituale und eine Intensivierung der vorgeschriebenen heterosexuell codierten Formen von Lust und Spaß" (ebd.).

V. 3. 3 Die postfeministische Maskerade

Angela McRobbie beschreibt in Anlehnung an Arbeiten der Psychoanalytikerin Joan Riviere (1986), der Filmwissenschaftlerin Mary Ann Doane (1982) und der Philosophin Judith Butler (1991 bzw. 2001) die postfeministische Maskerade als neue kulturelle Dominante der hyperbolisierten Darstellung von Weiblichkeit – resultierend aus dem Mode- und Schönheitskomplex als luminöser Bereich, in dem Frauen sichtbar sein können – , mittels derer einerseits eine subversive Distanzierung „von der unerträglichen Nähe der Weiblichkeit" (McRobbie 2010, S. 99) geschaffen und andererseits die Existenz des patriarchalen Gesetzes und der männlichen Hegemonie erneut abgesichert werden.
Die Maskerade (re-)produziere eine durch den beruflichen Erfolg von Frauen ins Wanken geratene Geschlechterhierarchie: In der Arbeitswelt stehen Frauen mit Männern (bedingt) auf Augenhöhe, sie begehren die Partizipation am öffentlichen Leben als „Subjekt der Sprache" statt nur als „Frau als Zeichen" (Butler 1991, zit. n. McRobbie 2010, S. 103). Das Auftreten von Frauen in diesen Bereichen demonstriert deren Erfolg und neu errungene Macht, die allerdings auch als der Wunsch nach Männlichkeit bzw. männlicher Macht interpretiert werden könne. Dieser Wunsch und somit die Rivalität mit den Männern in der Arbeitswelt werde maskiert, „um Konflikte im Feld der Geschlechterverhältnisse zu verwalten und Frauen als Zeichen wieder einzusetzen" (ebd.). Mittels einer übertriebenen Art der Selbstdarstellung gelinge es den Frauen, ihre Weiblichkeit zu beweisen und sicherzustellen, dass sie sexuell begehrenswert bleiben. Als „hochgradig selbstreflexives Mittel" (ebd., S. 100) verleugne die Maskerade

> „die phantasmatischen, mächtigen und kastrierenden Figuren der Lesbe und Feministin, mit denen berufstätige Frauen sonst in einen Zusammenhang gebracht werden könnten. Sie befreit Frauen von der Bedrohung durch diese Figuren, indem sie das Schauspiel der Weiblichkeit triumphierend als Exzess reinszeniert [...]" (ebd., S. 102)

und vollziehe eine Neuanordnung von Weiblichkeit jenseits ihrer untergeordneten, machtlosen Stellung im Raum des männlichen Begehrens (vgl. ebd., S. 100): „Die Maskerade stellt Weiblichkeit zur Schau und hält sie so auf Distanz" (Doane 1994, zit. n. McRobbie 2010, S. 100) und präsentiert sich in ihrer subversiven Weise als Zeichen für weibliche Unabhängigkeit und Ermächtigung. Durch das ‚Tragen' der Maskerade wird der Verzicht auf Zwang und stattdessen Wahlfreiheit demonstriert, auf jeden Fall ziehe sich das Patriarchat vom Schauplatz der Bewertung zurück und delegiere ihre Macht an das Mode- und Schönheitssystem, „das konstante Selbstbewertung und Selbstkritik vor einem Horizont rigider kultureller Normen einfordert" (ebd., S. 104).
Im Sinne der Subjektivierung ist – wie Judith Butler erklärt – der Autonomieeffekt (das Herausbilden von eigener Handlungsfähigkeit) durch Unterordnung bedingt. Doch diese Gründungsunterordnung oder Abhängigkeit muss, damit es überhaupt zur Subjektbildung kommen kann, verdrängt werden.

Das bedeutet, dass das Subjekt zusammen mit dem Unbewussten entsteht und es im Akt der Opposition gegen die Unterordnung seine Unterwerfung wiederholt (vgl. Butler 2001, S. 12 f.).
So ist die vermeintliche Ermächtigung, die errungene ‚Autonomie' (die es vollständig nicht geben kann) der Frauen, ihr Abwehren des Patriarchats mittels einer offensiven Zurschaustellung ihrer Weiblichkeit durch erneute Unterordnung, diesmal unter die Anforderungen der Konsumkultur, gekennzeichnet. Die Behauptung, man habe seinen Stil frei gewählt, kann hier als Verneinung, als Verleugnung jeglicher Art von Abhängigkeit (z.B. Desinteresse an männlicher Anerkennung) gewertet werden, die als Akt der Opposition allerdings wieder in Unterordnung resultiert: Die Maskerade erfordert mikroskopische Aufmerksamkeit für Details, das wachsende Angebot „obskurer Schönheitsprozeduren" (McRobbie 2010, S. 101) sorgt für das Wiedererstarken traditioneller weiblicher Körperpraxen als Normen, die allen Frauen abverlangt werden, die als echte Frauen gelten wollen, „und diese Rituale konstituieren die postfeministische Maskerade als eine weibliche Totalität" (ebd.).
Somit fungiert die Maskerade als Rückversicherung männlicher Machtstrukturen, da sie durch die Zurschaustellung von weiblicher ‚Koketterie' und Gestik beweist, dass sich hinter ihr eine „echte (also unterworfene) Frau" (ebd., S. 105) verbirgt. Sie entschärft die Präsenz von Frauen in Autoritätspositionen und somit leistet die Maskerade Präventionsarbeit für das Symbolische:

> „Ihre ‚freiwillige' Struktur arbeitet daran, das immer noch aktive Patriarchat unsichtbar zu machen, während die Anforderungen des Mode- und Schönheitssystems sicherstellen, dass Frauen in Wahrheit ängstliche Subjekte bleiben, getrieben vom Bedürfnis nach ‚absoluter Perfektion' [Riviere 1994, S. 42]" (ebd.).

Die Maskerade fungiert hier also als Maßnahme zur Erreichung einer spezifischen Form weiblicher Subjektivierung, wobei die Anrufung eines Subjekts voraussetzt, dass ein Gewissen durch die unterwerfenden Mächte bereits eingeschärft wurde und dass „das Gewissen als psychische Operation einer reglementierenden Norm ein spezifisches psychisches und gesellschaftliches Funktionieren der Macht darstellt" (Butler 2001, S. 11). Laut Butler wird die Bindung an Unterordnung erzeugt durch die Arbeit der Macht, wobei Machtoperationen zum Teil in heimtückischen psychischen Effekten deutlich werden. Das Ausgeklügelte an der Übertragung der patriarchalen Macht auf das Schönheitssystem, wo es ungesehen seine Arbeit fortsetzen kann, liegt darin, dass „die Macht, die zunächst von außen zu kommen und dem Subjekt aufgezwungen und es in die Unterwerfung zu treiben schien, eine psychische Form [annimmt], die die Selbstidentität des Subjekts ausmacht" (ebd., S. 9).
Normen, auch die des Schönheitssystems in Komplizenschaft mit einem patriarchalen Gesellschaftsverständnis wirken als normalisierendes Prinzip in der sozialen Praxis; sie bleiben in der Regel implizit und sind schwer zu entziffern. Sie sind dann am deutlichsten in den Effekten ersichtlich, die sie hervorbringen (vgl. Butler 2009, S. 73 f.). Somit internalisieren wir [Frauen] die Versprechen der unsere Handlungsfähigkeit ermöglichenden Macht, wir akzeptieren sie, hören gar auf sie zu hinterfragen und finden uns so in einem Zustand des Seins und Handelns wieder, in dem wir nicht mehr vom Machtausübenden überwacht werden müssen, weil wir selbst das automatische Funktionieren dieser Macht sicherstellen. Wir spielen durch die Internalisierung des Machtverhältnisses die Zwangsmittel der Macht gegen uns selber aus (vgl. Foucault 1977, S. 260), wir verknechten uns durch die Umwendung zur autoritären Stimme (vgl. Butler 2001, S. 37; 157 f.).
„Das psychische Fungieren der Norm bietet der regulierenden Macht einen listigeren Weg als der offene Zwang, einen Weg, dessen Erfolg sein stillschweigendes Funktionieren im Gesellschaftlichen erlaubt" (ebd., S. 25).

VI Fernsehanalyse

VI. 1 Die wissenssoziologische Diskursanalyse

In Kapitel IV. 1 habe ich bereits zu erläutern begonnen, dass in einer Gesellschaft zirkulierende Diskurse konkurrieren und gewissermaßen darum ‚streiten', was im Allgemeinen als ‚Wahrheit' anerkannt wird, wobei die durchsetzungsfähigsten Diskurse – unterstützt und beeinflusst durch außerdiskursive (nicht-sprachliche) Praktiken, Subjekte und Vergegenständlichungen – Wissensordnungen generieren, die dem Sprechen und Handeln der Menschen zugrunde liegen. Diskurse bestehen über bestimmte Zeiträume und versuchen, ihre jeweiligen Bedeutungszuschreibungen und Sinnordnungen zu stabilisieren.

Somit können die hier untersuchten audiovisuellen Repräsentationen von Weiblichkeit als eingebunden in ein diskursives Feld[19] verstanden werden, welches diese zu bedeuten und formen versucht. In diesem Sinne ist es das Ziel dieser Arbeit, die Enkodierung der (Figuren-)Repräsentationen, das heißt die spezifische ‚Bündelung' von Kodes, in ihrer textuell-diskursiven Umgebung zu analysieren, um aufschlüsseln zu können, welches Wissen über Weiblichkeit als selbstverständlich vorausgesetzt oder infrage gestellt wird. Auf diese Weise möchte ich nachvollziehen, ob der Sender hegemonialen Vorstellungen von Weiblichkeit bzw. einer postfeministischen Ideologie folgt. Insgesamt gehe ich von einer „anfänglichen Hypothese über die Existenz einer in einem Textkorpus freizulegenden kohärenten diskursiven Praxis" (Diaz-Bone 2002, S. 132, zit. n. Mikos 2008, S. 285) – der zunehmenden Ersetzung feministischer durch traditionell(er)e Werte – aus, die sich aus meinem in der Einleitung erwähnten Dilemma ergab und Motivation dieser Arbeit ist.

Diskurse als Praktiken des Sprach- und Zeichengebrauchs, die in und durch Fernsehtexte(n) artikuliert werden, produzieren und prozessieren „Deutungszusammenhänge, die Wirklichkeit in spezifischer Weise konstituieren" (Keller 2011, S. 72). Hierzu gehören auch die Identifizierungsangebote für Subjektivierungen von Weiblichkeit, die über Repräsentationen dar- und angeboten werden und durch wiederkehrende Muster Realität zu erzeugen suchen. Weil Diskurse und aus diesen heraus formierte Subjektpositionen in ihrer wirklichkeitsschaffenden Macht in den Blick genommen werden, geht es der diskursanalytischen Perspektive konkret

> „immer auch um Wissens(an)ordnungen (um vorherrschende Bedeutungen, Sinngehalte, Deutungsmuster, ihre Wirkungsbedingungen und Folgen), die durch institutionalisierte diskursive Praktiken im Sinne von Wissenspolitiken hergestellt, durchgesetzt, stabilisiert, verändert, oder umgestürzt werden" (Bührmann & Schneider 2007, S. 4).

Diskursanalysen sind insofern immer auch Machtanalysen, als es um Wissenspolitiken als Wahrheitspolitiken geht (vgl. ebd.).

Das Programm der wissenssoziologischen Diskursanalyse nach Reiner Keller, das der Analyse dieser Arbeit zugrunde liegt, findet ihren Ausgangspunkt in der soziologischen Wissenstheorie von Peter Berger und Thomas Luckmann und vereint von dort aus kulturalistische Ansätze der Diskursforschung mit der foucaultschen Diskurstheorie (vgl. Keller 2011, S. 58 f.).

Beide Ansätze gehen davon aus, „dass alles, was wir wahrnehmen, erfahren, spüren, über sozial konstruiertes, typisiertes, in unterschiedlichen graden als legitim anerkanntes und objektiviertes Wissen [...] vermittelt wird" (vgl. ebd., S. 59). So haben wir keinen unmittelbaren Zugang zur Welt ‚an sich' – unser Weltwissen ist nicht auf ein angeborenes, kognitives Kategoriensystem rück-

19 Nach Keller (2011, S. 68) zu verstehen als „Arena, in der verschiedene Diskurse um die Konstitution bzw. Definition eines Phänomens wetteifern".

führbar, sondern auf gesellschaftlich hergestellte symbolische Systeme oder Ordnungen, die in und durch Diskurse produziert werden.
Die wissenssoziologische Diskursanalyse ist ein Instrument, um eben diese gesellschaftlichen Praktiken und Prozesse der kommunikativen Konstruktion, Stabilisierung und Transformation symbolischer Ordnungen und deren Folgen – bspw. Gesetze, Klassifikationen, Techniken und Praktiken als Effekte und Voraussetzungen neuer Diskurse – zu untersuchen (vgl. ebd.). Analysiert wird, wie – mit welchen Mitteln – soziale Akteure in diskursiv strukturierte symbolische Kämpfe über Realitätsdefinitionen eingebunden sind. Es geht also darum, Prozesse der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit (vgl. ebd., S. 66) und deren Wirkungen zu analysieren und zu rekonstruieren.
Hinsichtlich der Praktiken der diskursiven Realitätskonstitution bewege ich mich auf der sprach- bzw. zeichenförmigen Ebene, wobei ich hier – wie in Kapitel IV. 1 anhand der Ausführungen Halls zum Begriff der Repräsentation verdeutlicht – sowohl diskursive Praktiken wie explizit ‚Gesagtes' als auch nicht-diskursive Praktiken wie interpersonelle Handlungs- und Umgangsformen, Bilder(-anordnungen), Töne, Musik, Gesten, Kleider-, Körper- und Werteinszenierungen, berücksichtige.

Hauptsächlich gehe ich der Frage nach, ob und wie, mit welchem Praktiken und Ressourcen, postfeministische Werte und Geschlechterwissen, das sich in Subjektivität verankert, im Sender (re-)produziert werden. Ich untersuche also: Welche sprachlichen und symbolischen Mittel und Strategien werden wie eingesetzt werden, um welches Wissen über Positionierungen von Weiblichkeit, verbunden mit welchen soziokulturellen Werten und innerhalb welcher sozialen Kontexte, zu vermitteln? Welches „Wissen, welche Gegenstände, Zusammenhänge, Eigenschaften, Subjektpositionen usw. [werden] durch Diskurse als wahr behauptet [...]?" (ebd., S. 72). Insofern die sprachpraktische Wirklichkeitskonstruktion in Diskursen über Differenzbildungen und Bedeutungs- und Sinnverkettungen funktioniert, werde ich aus dem für eine Feinanalyse ausgewählten Material heraus Deutungsmuster als Bestandteile kollektiver Wissensvorräte rekonstruieren. Deutungsmuster sind historisch-interaktiv entstandene, mehr oder weniger komplexe Interpretationsmuster für weltliche Phänomene (vgl. Keller 2007, Abs. 21), die in und durch Diskurse(n) auftretende unterschiedliche Bedeutungselemente zu einer zusammenhängenden Deutungsfigur verknüpfen und eine Aussageeinheit ausmachen (vgl. Keller 2011, S. 108). Sie werden von sozialen Akteuren bzw. Subjekten in Sozialisationsprozessen und in Auseinandersetzung mit medialen Wissensangeboten angeeignet und ausgehandelt – das eigene Handeln und Deuten findet in Auseinandersetzung mit diesen statt: „Das kann sowohl bewusste wie unbewusste, affirmative, kritische, ablehnende und kreative Bezugnahmen einschließen" (Keller 2007, Abs. 21).
Obwohl – wie Keller betont – audiovisuellen Daten eine wichtige Rolle in der gesellschaftlichen Bedeutungszirkulation zukommt, nehmen sie in der Diskursforschung einen marginalen Platz ein. Das hänge vor allem mit dem Aufwand bei der Analyse, Sinn- und Bedeutungsstrukturen aus komplexen Daten zu reproduzieren, zusammen und somit, wie von Einzeldokumentanalysen zu Gesamt(diskurs)strukturen vorgedrungen werden könne (vgl. Keller 2011, S. 87). Auch mir wird es nicht möglich sein, alle für das Thema relevanten und verfügbaren bedeutungsgenerierenden Elemente des Senders zu untersuchen oder gar ausmachen können. Dennoch möchte ich unter Rückgriff auf die mir vorliegende Literatur und unter Zuhilfenahme von Studien, Fragen- bzw. Methodenkatalogen (vgl. Ernst 2002, Maier & Lünenborg 2013, Weiderer 1994, Lenzhofer 2006, Keller 2007 u. 2011) den Versuch wagen, eine dem Rahmen und Umfang dieser Arbeit angemessene Analyse durchzuführen, die sich mit der „Politik der Repräsentation" (Maier & Lünenborg 2013, S. 108) von Weiblichkeit beschäftigt. Ergänzen möchte ich mit Reiner Keller an dieser Stelle noch, dass die Diskursforschung als durch ein „unhintergehba-

res Reflexivitätsverhältnis gekennzeichnet" (ebd., S. 65) gilt, insofern diese nicht Wahrheit, sondern Aussageereignisse produziert, die selbst Teil eines (hier geschlechterwissenschaftlichen) Diskurses sind. Denn als

> „wissenschaftlicher Diskurs über Diskurse unterliegt sie ihrerseits sozialen Strukturierungsprozessen, d.h. spezifisch situierten Möglichkeiten und Zwängen der Aussageproduktion – etwa im Hinblick auf die Transparenz methodischer Schritte – die dann zum Gegenstand weiterer Beobachtungen gemacht werden können" (ebd., Herv. i. Orig.).

In diesem Sinne möchte ich betonen, dass ich für die erfolgenden Ergebnisse keine objektiven ‚Wahrheitsansprüche' erhebe, da mein Wissen sowie Ressourcen der Interpretation selbst an lebensweltliche – v.a. persönliche und wissenschaftliche – Diskurse gebunden und somit von diesen beeinflusst sind.

Für meine Analyse werde ich mich neben den Ausführungen Angela McRobbies über das Undoing durch Re-Traditionalisierung (vgl. McRobbie 2010, S. 74 f.) an Rosalind Gills (2007) Verständnis von Postfeminismus als einer sensibility orientieren, in dessen Mittelpunkt die Medienkultur als kritisches Untersuchungsobjekt steht,

> „the phenomenon which analysts must inquire into and interrogate. This notion does not require a static notion of authentic feminism as a comparison point, but instead is informed by postmodernist and constructionist perspectives and seeks to examine what is distinctive about contemporary articulations of gender in the media" (Gill 2007, S. 254 f.)

Hinsichtlich der medialen Weiblichkeitsrepräsentationen richtet sich Gills Fokus auf eine neoliberale Vereinnahmung bzw. Instrumentalisierung des Feminismus und seiner Werte zum Zwecke einer Unterminierung derselben (vgl. ebd.). Die für eine postfeministische Medienkultur wiederkehrenden Charakteristika, die ich bereits im Kapitel III angeführt habe, fungieren in der folgenden Analyse als leitende Oberkategorien, die im Verlauf der Analyse weiter ausdifferenziert werden (s. VI. 2 Materialauswahl). Diese sollen überblickshalber noch einmal angeführt werden:

Das Verständnis von Weiblichkeit als einer körperlichen Eigenschaft: [...] in today´s media it is possession of a ‚sexy body' that is presented as women´s key (if not sole) source of identity" (ebd., S. 255). Das Paradox: Weibliche Körper und das offensive Zurschaustellen dieser werden sowohl als Quelle von (sexueller) Macht und Unabhängigkeit, als auch als ein ständig zu überwachendes, disziplinierendes und zu überarbeitendes Gut dargestellt, will frau nicht als Frau ‚versagen'.

Die Sexualisierung der (Medien-)Kultur und die Verschiebung der Repräsentation von Frauen als männlichen Blicken ausgesetzten ‚Sexobjekt' hin zu einem Subjekt des sexuellen Begehrens. Damit ist erstens die starke Zunahme von Diskursen über Sex und Sexualität, die erotisierte Darstellung von insb. jungen Frauen sowie zweitens „a new 'technology of sexiness'" (ebd., S. 258, Herv. i. Orig.) gemeint, die als einhergehend mit dem gouvernementalisierten und internalisierten Symbolischen verstanden werden kann. Damit ist die Internalisierung von Normen zur Selbstpräsentation als – gerne in ironischer Manier – „autonomous heterosexual woman who plays with her sexual power and is forever 'up for it'" (ebd., Herv. i. Orig.) gemeint.

Individualismus, Wahlfreiheit und Ermächtigung. Hier geht es im Groben um eine Re-Privatisierung von Themen, die einst öffentlich problematisiert und politisiert wurden. Die Einflussnahme kultureller Trends bzw. Normen wird verleugnet und als ‚selbstbestimmte Wahl' verkleidet. Nina Degeles

Ausführungen zu „Bodyfication and Beautification" (2004), die sich kritisch mit den Aussagen junger Frauen beschäftigen, die Schönheitsprozeduren als autonomes Handeln behaupten und in ihrer extremsten Weise (vgl. Villa 2008a) in chirurgischen Eingriffen resultieren, sind Beispiele (!) hierfür.
Eng mit dem letzten Punkt sind Selbstüberwachung und Selbstdisziplinierung als neoliberale Prinzipien verbunden. Die Schaffung selbstverantwortlicher Subjekte und individualisierter Strukturen trifft laut McRobbie und Gill insbesondere auf Frauen zu. Im Rahmen der Aufmerksamkeitsräume, innerhalb derer sie positioniert und mit Erwartungen konfrontiert werden, sollen sie nicht nur ihr Äußeres, sondern ebenso ihr (inneres) Selbst, private und berufliche Sphären entsprechend managen bzw. gestalten (vgl. McRobbie 2010, S. 76 f.)
Das Make-Over-Paradigma suggeriert, dass es den Lebensweisen der Subjekte an etwas fehlt und sie diese oder sich selbst verbessern oder neu erfinden sollen. Sie sollen zu einer neuen, verbesserten Versionen ihres Selbst werden: „It startet with food and homes and gardens, but has now extended to clothing, cleanliness, work, dating, cosmetic surgery and raising children" (Gill 2007, S. 263).
Die Reartikulation natürlicher Geschlechterdifferenz, häufig über die Inszenierung bzw. Betonung stereotyper weiblicher bzw. männlicher Eigenschaften, Rollenverteilungen, Verhaltensweisen oder Kleidungsstile.
Einhergehend mit der feministischen- die Desartikulation antirassistischer Politik als unsichtbare Strategie der Zurückdrängung antirassistischer Politiken finde nach McRobbie (2010, S. 72) eine Re-Privilegierung des Weißseins als nostalgische Erinnerung an „‚unbeschwerte' Zeiten statt, als man noch nicht auf race politics und Multikulturalismus Rücksicht nehmen musste".

Die Erwerbsfähigkeit (junger) Frauen ist die Grundlage für die rasant wachsende Konsumsphäre und geht einher mit dem Imperativ der Selbstoptimierung und Individualisierung. Feminismus wird zu einer Art Look oder Style, indem in der Populärkultur oder der Werbung Zeichen oder Werte gebraucht bzw. mit den Produkten verkauft werden, die Unabhängigkeit, Freiheit und körperliche Autonomie ausdrücken sollen. Gleichzeitig wird auf diese Weise Weiblichkeit als eine körperliche Eigenschaft konstruiert (vgl. Gill 2007, S. 91): „[...] feminist goals [...] are emptied out of their political significance and sold back to us as choices about what to consume" (ebd., S. 95).
Ein Fragebogen mit für die Analyse weiteren relevanten Fragen, an denen ich mich orientiere, ist in Anlage IIb zu finden.

VI. 2 Materialauswahl & Vorgehensweise

In einem ersten Schritt der Untersuchung des Frauensenders Sixx werde ich in Kapitel VI. 3 eine Positionierung des Senders vornehmen und u.a. Aufschluss über dessen Zielgruppe/n, Programmstruktur sowie die Beweggründe für die Auswahl der Sendungen näher erläutern. Informationen hierzu wurden sowohl in (Online-)Eigenrecherche (Presseportale, Website der Sendergruppe ProsiebenSat.1) als auch und hauptsächlich durch E-Mail-Kontakt zur Sixx-Sprecherin und der Publikumsredaktion ermittelt. An beide Stellen hatte ich einen kurzen Fragebogen gesandt (siehe Anlage IIa). Die Beantwortung der Fragen erfolgte teilweise lückenhaft, doch in Kombination miteinander und zusätzlichen, zuvor veröffentlichten und online zugänglichen Interviews mit der Geschäftsführerin, die mir die Sixx-Sprecherin ebenfalls zur Verfügung stellte, war es möglich, mehr über die Intentionen und Strategien des Senders zu erfahren.
Für die diskursanalytische Fernsehanalyse selbst verwende ich eigene Aufzeichnungen, die es mir ermöglichen, das Material im Hinblick auf die Fra-

gestellungen detailliert durchzusehen. Die erste Aufnahme erfolgte über einen durchgehenden Zeitraum von zwei Wochen (14. Juli bis 27. Juli 2014). Während dieser Zeit kündigte Sixx einige neue Sendungen im Programm ab dem 15. bzw. 20. August an, von denen ich mir einen erweiterten Erkenntnisgewinn versprach und welche deshalb zusätzlich zu der ersten Aufnahme mit in die Analyse eingehen sollten. Aus diesem Grund habe ich jeweils die ersten zwei Episoden bzw. Ausstrahlungen der Sendungen, z.B. von Mission: Makeover, Hit the Floor oder The Originals, aufgezeichnet. Über diese ausgewählten Aufzeichnungen hinaus habe ich entweder selektiv oder zufällig weitere Aufnahmen getätigt. Hierzu zählen sowohl Serien, die mir beim Schauen aufschlussreich erschienen, die zuvor oder im Anschluss an die eben genannten Sendungen liefen, als auch Filme. Eine genaue Einsicht in die Auswahl ist in Anlage I zu finden.

Der Gesamt-Datenkorpus wurde wie folgt zusammengestellt:

Alle Serien, Sendungen und Filme aus zwei Wochen wurden zunächst mithilfe des Programms einer Fernsehzeitung erfasst. Dabei sind zweierlei Dinge zu berücksichtigen: erstens werden einige Serien sowohl am Vormittag, als auch am Nachmittag (z.B. Episoden aus verschiedenen Staffeln) ausgestrahlt. Zweitens blieb innerhalb der zwei Wochen die Abfolge von bestimmten Serien an Themenabenden wie dem „Mädelsabend" unverändert bestehen (z.B. Hart of Dixie, Sex and the City, etc.). Um diesen Korpus erstmalig zu verringern, wurde je Woche jede Sendung mit Namen einmalig in eine Tabelle aufgenommen. Ausgespart wurden dabei Formate, die vor sechs Uhr morgens sowie nach Mitternacht ausgestrahlt wurden, ebenso wie Sendungen des Mittwochabends, an dem Tiere und nicht Menschen (z.B. Cesar Millan – Der Hundeflüsterer) die ‚Hauptrolle' spielten. Abgesehen von Filmen, die an Samstagen und Sonntagen gezeigt wurden, wurde jede Sendung bzw. Serie je einem Tag des zweiwöchigen Zeitraumes zugeordnet (z.B. Beverly Hills 90210: Dienstag, 15.07.2014). So wurde jedes Format durch eine ‚repräsentative' Episode in den Korpus aufgenommen. Die Auswahl einer Episode gegenüber einer anderen erfolgte zufällig. Der Sixx-Quickie als kurzer Zwischendurch-Ratgeber zu Themen wie Food oder Fashion wurde – wie der Name schon sagt – aufgrund der Kürze mehrmals aufgenommen. Zu diesem Korpus aus den ersten zwei Wochen wurden alle Sendungen, die danach aufgezeichnet wurden, zusätzlich aufgelistet.

Da der Datenkorpus nach der ersten Reduktion weiterhin zu umfangreich war, um alle in diesem enthaltenen Sendungen (=Texte) detailgenau zu untersuchen, wurde nach einer ersten Gesamtüber- bzw. -durchsicht der verbliebenen Sendungen im Datenkorpus eine systematisch reflektierte Auswahl von Texten für eine Feinanalyse ausgewählt. Hier sollten eine gewisse Breite, aber auch Vergleichbarkeit der ausgewählten Daten gewährleistet sein.

Zu diesem Zweck habe ich mich bei der Zusammenstellung des Textkorpus am Theoretical Sampling (vgl. Strauss/Corbin 1996, S. 148 ff.), einer Methode der Grounded Theory, orientiert. Hierbei erfolgte bereits die Zusammenstellung von Daten nach theoriegeleiteten, reflektierten Kriterien: Beginnend mit einem für die Fragestellung gewinnbringenden Textes (aufgrund der oben genannten Kategorien) wird ein offener Suchprozess eingeleitet, der sukzessive die Bandbreite des gesamten Datenmaterials durchschreitet und erfasst (vgl. Keller 2011, S. 92).

Nach dem Prinzip der maximalen Kontrastierung wird anschließend ein stark unterschiedlicher Text ausgewählt und von diesem aus weiter fortgeschritten. Die Orientierung an der maximalen Kontrastierung ermöglicht es, nach und nach das Gesamtspektrum der Diskurse innerhalb eines Korpus zu erfassen und ihre heterogenen Bestandteile herauszuarbeiten (vgl. ebd.).

Die oben angeführten, charakteristischen Merkmale postfeministischer Medienkultur, wurden als erste Kategorien in eine Tabelle über- und anschließend an das Material herangetragen. Die einzelnen Texte wurden gelesen, d.h. auf sprachlich-rhetorische, symbolische bzw. andere zeichenförmige

Äußerungen[20] (z.B. Kleidung) untersucht sowie in diesem Zusammenhang die weiblichen Subjektpositionen und erkennbaren Enkodierungen auf einer ersten Ebene erfasst. Die ermittelten Kodes wurden den Kategorien zugeordnet. Durch axiales Kodieren[21] konnten die erhobenen Phänomene einer weitergehenden Kategorisierung unterzogen bzw. im Abgleich mit den bestehenden Kategorien erweitert werden. Die so – unterstützt durch Zitate oder Screenshots – entstehende Phänomenstruktur (Anlagen IIIa/b) bildet dann den Ausgangspunkt für eine weitere Verdichtung und Auswertung der Daten.Für den letzten Schritt, die interpretativ-analytische Rekonstruktion der Aussageinhalte (vgl. Keller 2011, S. 101), werden die häufigsten bzw. dominantesten Bedeutungselemente und Phänomene, stets betreffend der bzw. in Bezug zu den inszenierten Figuren, in kohärenten (Be-)Deutungsfiguren bzw. Narrationsmustern miteinander verknüpft. Der Umfang des Materials ist dabei bestimmend für die Menge an Deutungsmustern, die als „gesellschaftlich vorübergehend konventionalisierte" (ebd., S. 108), bzw. als für den Sender typische, Sinngehalte von Phänomenen bzw. Subjektpositionen verstanden werden können. In einem letzten Schritt sollen dann die rekonstruierten Aussageinhalte in Bezug zur Fragestellung diskutiert werden.

20 Als „Äußerung" bezeichnet Keller das konkrete, für sich genommene, je einmalige Aussageereignis bzw. die sprachliche Materialisierung eines Diskurses bzw. eines Diskursfragments. Demgegenüber meint „Aussage" bereits eine erste Ebene des Typischen: die gleiche Aussage kann in ganz unterschiedlichen Aussageereignissen bzw. Äußerungen und situativen Kontexten getroffen werden und spielt eine wichtige Rolle bei der Generierung von Deutungsmustern im letzten Schritt der interpretativen Analytik (vgl. Keller 2011, S. 67).

21 Üblicherweise entstehen zuerst durch offenes Kodieren Kategorien, die in einem weiteren Schritt, dem axialen Kodieren, zueinander in Beziehung gesetzt werden. Insofern meine Fragestellung bzw. Hypothese von einem Wissen über Charakteristika postfeministischer Weiblichkeit ausgeht, auf die die Texte ‚geprüft' werden, und die Analyse somit kriteriengeleitet vorgeht, versuche ich durch ein Voranstellen von relevanten Kategorien (und somit einer Kombination von induktiver und deduktiver Methodik) eine nachvollziehbare und gleichzeitig bestmögliche Aufschlüsselung von Diskursen und Praktiken zu erreichen, die eine ergiebige Basis für die Konstruktion von (Be-)Deutungsmustern darstellt.

VI. 3 Sixx: Positionierung und Kontextualisierung

Abb. 2: Ausschnitt (Screenshot des offiziellen Sixx-TV-Trailers 2014 (sevenonemedia.de)

Sixx ist ein Unterhaltungs-Frauensender der ProSiebenSat.1 Media AG, der am 7. Mai 2010 an den Start ging und inzwischen in über 30 Millionen Haushalten zu empfangen ist. Beworben wurde die neue „Frauensenderin" (PM[22] 04. Mai 2010) ab Mitte April des Jahres hauptsächlich in Programm- und Frauenzeitschriften mit dem Slogan „Mädels, Euer Fernsehen ist da", aber die Trailerkampagne („Das will ich auch!") war auch auf den Sendern der Sendergruppe – Sat.1, Pro7 und kabel eins zu sehen. Mit Sex and the City – Der Film nahm Sixx den Sendebetrieb auf. Laut der ehemaligen Geschäftsführerin Katja Hofem-Best[23] soll Sixx „Spaß machen und jederzeit das passende Programm bieten" (ebd.).

22 Pressemeldung kürze ich mit PM ab.

23 ProSiebenSat.1 berief Hofem-Best im Januar 2013 zur Geschäftsführerin von kabel eins. Nachfolgerin wurde die bis dahin als Co-Geschäftsführerin tätige Eun-Kyung Park, die im Konzern auch die Position der Vice-Präsidentin TV 3.0 für die Vernetzung von Medienangeboten innehat und zuvor als Geschäftsführerin bei ProSiebenSat.1 Digital zuständig war (vgl. http://www.prosiebensat1.de/de/presse/pressemeldungen/presse-lounge/prosiebensat1-tv-deutschland-presselounge/2013/1/prosiebensat1-tv-deutschland-katja-hofem-wird-kabel-eins-geschaeftsfuehrerin).

VI. 3.1 Ursprung und Ziele

Ursprünglich war Sixx „angetreten" (Milewski 2013, S. 45), um das Portfolio der Sendergruppe ProSiebenSat.1 zu ergänzen und für Wachstum im deutschsprachigen Raum zu sorgen. Denn wie eine Analyse des Wettbewerbsumfelds gezeigt hatte, habe bis zum Senderstart weder die eigene Gruppe noch die übrigen Anbieter im deutschen Fernsehmarkt, das Zuschauerpotenzial junger Frauen ausgeschöpft, obwohl diese, „haushaltsführend und stark konsumorientiert" (ebd.), eine besonders werberelevante Zielgruppe ausmachten. So erläutert die Geschäftsführerin des Senders, Eun-Kyung Park: „Sixx soll ebenso vielfältig sein wie eine moderne Frau, die mitten im Leben steht, und der erste Sender, der wirklich weiß, was Frauen wollen, verbunden mit einem positiven Lebensgefühl" (zit. n. ebd.). Die Kernzielgruppe seien 20 bis 39-jährige Frauen, der Sixx emotionale Nähe versprechen und „wie eine beste Freundin" (ebd.) sein will.

Um sich zu differenzieren und um Innovation zu schaffen, setzt Sixx auf eine Art Fernsehen, die „unkonventionell in jeder Hinsicht" (ebd.) sein soll. Die weißen Hennen werden als Botschafterinnen des Senders in Trailern positioniert, die zwischen den Sendungen ausgestrahlt werden. Darüber hinaus sind sie mit kessen Sprüchen weiterhin in Printmedien (s.o.) und auf der Sixx-Website zu finden, um den Sender selbst, oder einzelne Sendungen zu bewerben. Doppeldeutige Aussagen sollen die ‚Keckness' des Senders und der Sixx-Zuschauerinnen unterstreichen. Im März 2012 bewarb eine Henne, hängend in Fledermaus-Position, mit dem Spruch: „Mädels, jetzt wird gesaugt!" die Erstausstrahlung der dritten Staffel der US-Serie The Vampire Diaries.

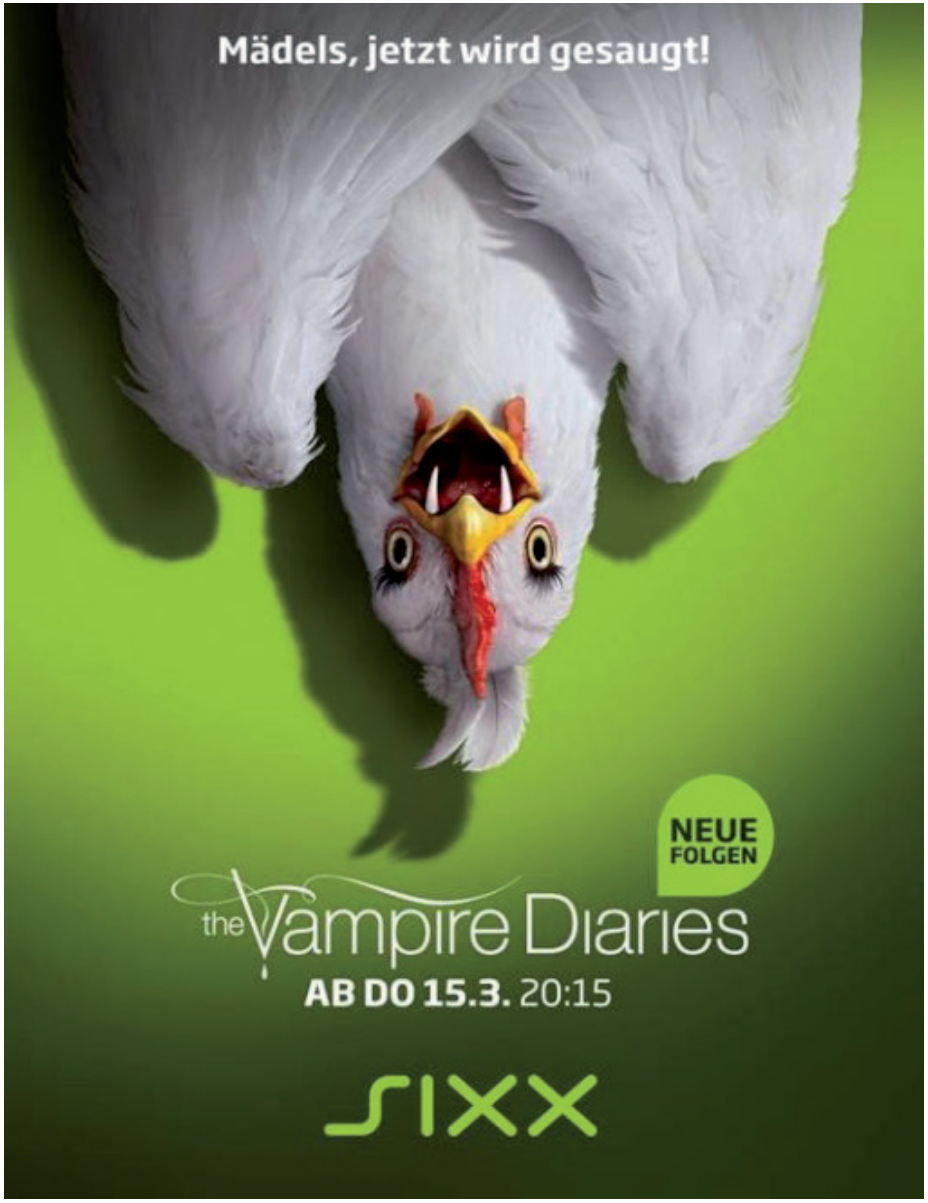

Abb. 3: Werbung für die Serie The Vampire Diaries.

VI 3.2 Zielgruppe/n und Frauenbild

Als Testimonial wird von Sixx eine oder mehrere Henne(n) eingesetzt, die die Zielgruppe des Senders, die ‚Mädels', darstellen sollen. Die Henne als „selbstironisch eingesetzte" (Milewski 2013, S. 45) Werbebotschafterin, bzw. Key Visual mit hohem Wiedererkennungswert, steht „als Sinnbild für die Frau und die Identifikation mit dem Sender" (Anlage IIa, Antwort der Redaktion auf eine Frage meines Fragebogens). Der Name ist angelehnt an die englische Zahl six und soll die Rezipientinnen dazu motivieren, ihren neuen Lieblingssender – oder Senderin, wie Sixx sich nennt – entsprechend auf den Programmplatz sechs der Fernbedienung aufzunehmen. Zudem sei das Doppel-x eine Anspielung auf das weibliche Chromosomenpaar (vgl. Milewski 2013, S. 45).

> „Natürlich war uns klar, dass wir Gefahr laufen zu polarisieren, wenn wir Frauen sinnbildlich als gackernde Hühner darstellen", sagt die Geschäftsführerin Eun-Kyung Park, „aber der neue Sender sollte Aufmerksamkeit wecken, daher brauchten wir etwas Ungewöhnliches, um die Zuschauer aus dem Fernsehtrott zu reißen und einen Wiedererkennungswert zu schaffen" (zit. n. ebd.). Beleidigend wirke dieses Sinnbild keineswegs, eher nähmen Frauen dieses Bild mit Humor auf. Eine Forsa-Umfrage im September 2012 ergab: „75 Prozent unserer Zuschauerinnen gefällt das Huhn [als Key Visual]. Das entspricht genau unserer Zielgruppenbeschreibung: man soll sich ab und zu nicht zu ernst nehmen" (zit. n. ebd., S. 46).

Die Relevanzzielgruppe des Senders sind 14 bis 39-jährige Frauen, wovon die Kernzielgruppe der 20 bis 39-Jährigen die Marktanteile (siehe Abschnitt VI. 3.5) auf die Spitzenpositionen brächten. Die Sixx-Zuschauerinnen hätten laut Park ein überdurchschnittlich hohes Einkommen (vgl. ebd.) und zeigten sich daher sehr konsumfreudig. Diese Angaben bestätigte mir auch die Redaktion auf meine Frage nach der Zusammensetzung der Rezipierenden. 72,5Prozent seien Frauen, aber auch Männer – 27,5 Prozent – schauten Sixx. Dabei verfügten erstere

> „über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von 3000 € und mehr, sind mit 34,4% häufiger online als der Durchschnitt und sind im Schnitt 42 Jahre alt. Sie haben eine überdurchschnittlich hohe formale Bildung (23,7% haben min. Abitur), sind Trendsetter und gehen häufiger shoppen als der durchschnittliche Fernsehzuschauer" (siehe Interview Zuschauerredaktion, Anlage IIa).

Die Inhalts- und Programmausrichtung orientiere sich an einem „neuen Frauenbild" (Park, zit. n. Zarges 2013, Internetquelle: keine Seitenzahlen), nämlich dem der postmodernen Frau. Laut der Geschäftsführerin sei es „abgehakt" (ebd.), dass Frauen verkrampft versuchten, Karriere und Kinder unter einen Hut zu bringen. Im Gegenteil täten sie dieses mittlerweile mit Leichtigkeit, gleichzeitig wollten sie aber „auch noch gut aussehen, gut im Bett sein, spannenden Hobbies nachgehen und Zeit für Ihre Freundinnen haben" (ebd.). Wichtig sei allerdings, so Park, „dass die postmoderne Frau auch noch eine andere wichtige Eigenschaft hat. Sie kann herzhaft über sich selbst lachen" (ebd.).

Laut von Sixx jährlich durchgeführten Imagescans und ZuschauerInnenbefragungen, die sich mit Fragen wie „Welche Themen interessieren Frauen besonders?" und „Was möchten Frauen sehen?" beschäftigen, stehe die postmoderne Frau in einem ständigen Spannungsverhältnis zwischen Überforderung und Selbstverwirklichung. Serien wie Sex and the City oder The Vampire Diaries ermöglichten den Zuschauerinnen laut Redaktion eine Alltagsflucht, „das Schwelgen in einer anderen Welt" (ebd.). Zudem sollen Frauen „in all

ihren Facetten abgeholt werden. Deshalb bietet Sixx den Zuschauerinnen vielfältige Identifikationsflächen mit Formaten wie Sweet & Easy, Jamie Oliver, Meine perfekte Hochzeit oder Der Hundeflüsterer" (ebd.). In diesem Sinne positioniere sich Sixx als Freundin, die der Zuschauerin helfen könne, ihre Überforderung ein wenig zu dämmen – beim Zuschauen solle frau sich entspannen und erhalte zudem „ein paar Anleitungen zur Selbstverwirklichung" (Park, zit. n. Zarges 2013).

VI. 3.3 Programminhalt und –ablauf

Viele Reality- und „Dokutainment"-Formate des Senders greifen Themen wie Beziehung/Romantik/Hochzeit, Schönheit/Styling/Makeover sowie Kochen/Backen auf. Die Informationen darüber, was Frauen wollen, erhält Sixx, wie oben beschrieben, über Befragungen von Rezipierenden; an der Programmplanung seien, wie dem Fragebogen zu entnehmen ist, sowohl die Geschäftsführung als auch die zuständigen Redaktionen (Spielfilm, Serie, Factual) beteiligt, wobei hier das Verhältnis von Frauen und Männern insgesamt ausgeglichen sei (vgl. Anlage IIa). Ausgehend von dem aufgezeichneten Programm bzw. des untersuchten Sendezeitraumes (14. Juli bis 27./28. Juli 2014) möchte ich an dieser Stelle einen Überblick über die Sendestrukturen geben, die insgesamt durch stetige Veränderung und Variation gekennzeichnet sind. Während sich der Programmablauf und –inhalt der Tage Montag bis Freitag bis zum Abend sehr homogen zeigt, sind die Abende mit Programmlabels versehen, nach denen die Beiträge gruppiert sind. Die Themenabende reichen vom montägigen „Mädelsabend" (Hart of Dixie, Sex and the City, Drop Dead Diva), über „Tuesday Night Fever" (Body of Proof, Grey´s Anatomy, Emergency Room, The Good Wife) und die „Mi-Time" am Mittwoch (Cesar Millan – Der Hundeflüsterer, Baby Boom – Tierischer Nachwuchs, Der Hund oder Ich!), bis zum donnerstägigen MISStery-Abend (The Vampire Diaries und Moonlight) und der „Ladies Night" am Freitag (Sex and the City, Charmed – Zauberhafte Hexen und Medium – Nichts bleibt verborgen). Samstag- und sonntagsabends sorgen zur „Movie-Mania" Primetime Blockbuster (Romantik/Comedy/Drama) für Stimmung. Die abendlich ausgestrahlten Serien sind überwiegend amerikanische Produktionen. Am Wochenende halten sich Filme aus deutscher und US-Produktion die Waage, wobei erstere oftmals Wiederholungen von Eigenproduktionen aus dem Senderverbund sind.

Viele der am Vormittag gesendeten Serien setzen sich am Nachmittag (z.B. Beverly Hills 90210, Eine himmlische Familie, Private Practice), sowie teilweise auch am Abend, fort (z.B. Emergency Room, Grey´s Anatomy). Besonderes Merkmal des Mittagsprogramms (Mo-Fr) ist der Fokus auf alles, was das Thema Hochzeit betrifft. Im Anschluss aneinander wurden in Woche 1 Trau Dich – den Rest erledige ich!, Mein perfektes Hochzeitskleid und Die perfekte Hochzeit gezeigt. Hier werden junge Britinnen oder Amerikanerinnen gezeigt, die voller Sorge die Planung ihrer Hochzeit ihrem Verlobten anvertrauen (müssen), ihr Traumkleid unter den kritischen Augen ihrer Familienangehörigen (eine besondere Stellung nehmen hier stets die oft konservativ eingestellten Väter ein) und Freund_innen auswählen, oder sich im Kampf um eine Traumreise in die Flitterwochen mit glamourösen oder teuren Hochzeitsfeiern gegenseitig auszustechen versuchen. In Woche 2 wurde Trau Dich gegen die Makeover-Sendung How Do I Look? ausgetauscht. Hier verwandelt die US-Promi Stylistin Jeannie Mai „Entlein in Schwäne" (PM 18.08.2014).

Die Nachmittage an Wochenenden wurden/werden durch Kochsendungen von Starkoch Jamie Oliver oder Enie van de Maiklokjes (Sweet & Easy – Enie backt, Sixx-Eigenproduktion) ergänzt. Als Spielfilme an Samstag- bzw. Sonntagabenden wurden im genannten Zeitraum bspw. All You Need Is Love

– meine Schwiegertochter ist ein Mann, Wer ist die Braut?, My Bollywood Bride, Rezept zum Verlieben oder Einfach Unwiderstehlich gezeigt. Sixx gibt rekurrierend auf Eigenproduktionen mit Frauen wie Enie van de Meiklokjes und Paula Lambert (Paula kommt!, Sexratgeberin) als „erfolgreiche Faces" an, dass „bewusst nie die perfekte Model-Frau, sondern Frauen aus dem Leben, die authentisch für ein bestimmtes Thema stehen – wie Enie für den Spaß am Backen und Paula fürs unverkrampfte Reden über Sex" (Park, zit. n. Zarges 2014) gewählt würden. Die Serien betreffend sei es von Bedeutung, dass mindestens eine starke weibliche Protagonistin im Mittelpunkt steht, „die auch polarisieren darf, aber mit der man sich als Frau identifizieren kann" (Anlage IIa). Das „Augenzwinkern" (ebd.) als humorvoller, selbstironischer Unterton schwinge dabei stets mit.

VI. 3.4 Werbepausen

Ging Sixx im Jahr 2010 mit sehr kurzen und kaum Werbepausen (lediglich für das eigene Programm) an den Start, ist der Sender mittlerweile zu einem attraktiven TV-Umfeld für Werbetreibende geworden. In den ca. sieben- bis achtminütigen Pausen werden bis zu 20 Spots von Diät- und Haarentfernungsprodukten, Möbeln und Reinigungsmitteln, über Reise- und Hotel(-such-)angebote, Kopfschmerztabletten, Nahrungsmittel, Zeitschriften oder Babyartikel-Websites, bis hin zu Kliniken für Schönheitsoperationen, einen Onlineshop für Erotikartikel und Online-Trainingsangebote/-Fitnessstudios untergebracht. Ohne Frage zeigt sich hier eine deutliche Orientierung an der weiblichen Zielgruppe bzw. an Frauen als den bleibenden Hauptverantwortlichen für Haushalt und Erziehung. Die Notwendigkeit der Gestaltung des attraktiven Äußeren der postmodernen Frau (s.o.) wird durch Angebote der Schönheitsindustrie unterstützt. Jeweils am Anfang und am Ende der Werbepausen werden neben der Henne als Markenzeichen weitere Programmankündigungen des Senders und am Abend häufig der eineinhalbminütige Sixx-Trailer („Das will ich auch!") gezeigt.

VI. 3.5 Entwicklungen und Potenziale

Sowohl Bekanntheitsgrad, als auch Monats- und Jahresmarktanteile[24] seien seit dem Erstauftritt gestiegen. Laut Forsa-Umfrage stieg der Bekanntheitsgrad von anfänglich 55 Prozent im Jahr 2010 auf 64 Prozent im Jahr 2011, sowie anschließend auf 81 Prozent im Jahr 2012 (vgl. Milewski 2013, S. 46). Ähnlich sieht es mit den Jahresmarktanteilen des Senders bei den 14 bis 49-Jährigen aus: von 0,3 Prozent über 0,5 Prozent, bis zu einem Prozent im Jahr 2012 (ebd.). In demselben Jahr machte der Marktanteil bezogen auf die Kernzielgruppe der 20 bis 39-Jährigen 6,5 Prozent aus.
Höher als jene der ersten Gruppe dagegen fielen 2013 die Jahresmarktanteile bei der Relevanz-Zielgruppe der 14 bis 39-Jährigen aus. Laut einer Pressemeldung von ProSiebenSat.1 TV Deutschland (PM 01.01.2014) steigerte sich Sixx in dem Jahr um 0,5 Prozent auf 2,1 Prozent (bzw. 2,0 Prozent, siehe Abb. 3) Marktanteil[25] im Vergleich zu 2012 (ProSieben dagegen sei in derselben Altersgruppe mit 16 Prozent Marktanteil unangefochtener Marktführer). Besonders erfolgreich liefen das Jahr über die Eigenproduktion Enie backt (bis zu 9,2% MA) und US-Serien wie The Vampire Diaries (bis zu 9,7% MA). Besonders gut kam auch die Sex-Talk-Show Paula kommt! an, in der sich die Sex-Kolumnistin Paula Lambert mit Frauen und Paaren über deren sexuellen Praktiken und Vorlieben spricht und aufklärt: in der zweiten Jahreshälfte 2013

24 Im Zusammenhang mit den Einschaltquoten von Fernsehsendungen, die den prozentualen Anteil der konsumierenden Empfangshaushalte bzw. Personen – gemessen an der Gesamtmenge aller Empfangshaushalte – angeben, misst der Marktanteil, wie attraktiv eine Sendung/ein Programm im Vergleich zu zeitgleich ausgestrahlten Sendungen und Sendern war.

25 Das entspricht durchschnittlich rund 180.000 Zuschauer_innen (vgl. SIXX Quotenmeter 2014).

schalteten von Juli bis Dezember im Schnitt 2,4 Prozent der 14 bis 39-jährigen Frauen ein (vgl. ebd.).

Die Monatsmarktanteile fielen im September 2013 mit 2,6 Prozent besonders hoch (bei der Relevanz-Zielgruppe) für Sixx aus. Mitverantwortlich sei hierfür insbesondere der „Mädelsabend" mit damals noch Ally McBeal (bis zu 3,5% MA) und der zweiten Staffel von Hart of Dixie (5,2% MA) gewesen (PM 01.10.2013). Eine weitere Pressemeldung vom 01. Juni 2014 bestätigte einen Anstieg der Monatsmarktanteile von Mai 2013 (+0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahresmonat) auf 2,6 Prozent im Jahr 2014 in der Relevanz-Zielgruppe der 14 bis 39-jährigen Frauen.

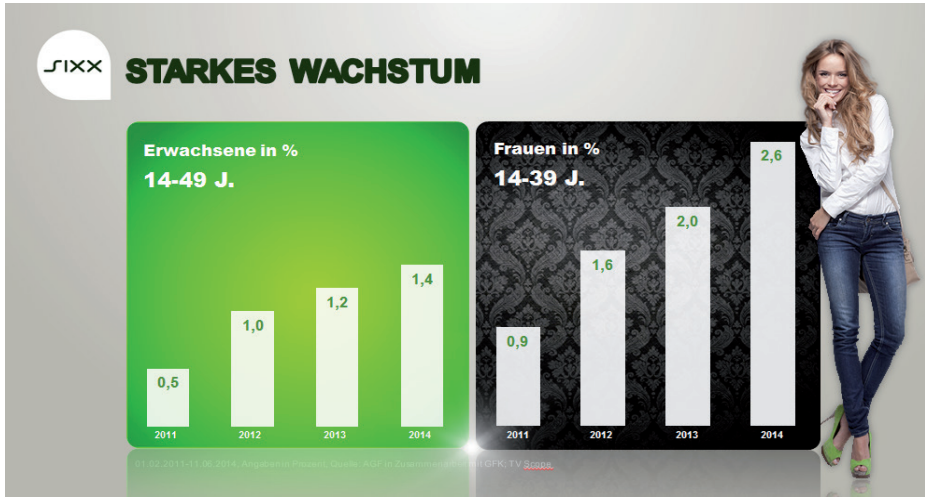

Abb. 4: Jahresmarktanteile der Jahre 2011-2014, erhalten von der Zuschauer_innen-Redaktion.

Die Sixx-Macher_innen verstehen sich als „Pioniere in High Heels" (Park, zit. n. Zarges 2014) und lassen sich trotz der wachsenden Angebotsvielfalt im deutschen (Privat-)Fernsehen nicht einschüchtern. Im Gegenteil: Mit Innovationskraft – d.h. mit neuen Gesichtern und Genres – will die Sixx-Chefin Park dem Frauensender zu weiterem Wachstum verhelfen.

Maßgeblich sei es dabei, die Zielgruppe immer wieder zu überraschen und neue Trends aufzuspüren. Eine klare Positionierung überzeuge dabei bei den Rezipierenden. Zudem begreife Park Sixx nicht nur als Sender, sondern vor allem als Medienmarke, die auf vielen Plattformen spiele (vgl. ebd.). Sie setze beispielsweise zunehmend auf Social TV, d.h. die Kopplung von TV-Inhalten mit sozialen Netzwerken wie Facebook (knapp 495.000 Likes, Stand 17.12.2014) und der multimedialen Verbreitung der Inhalte auch über die Sender-Website. Hier können Zuschauende zusätzliches Wissen zum Programm abrufen. Extramaterial gibt es in Form von entweder ganzen Folgen der ‚Lieblingsserien', oder aber kurzen Videoclips z.B. über Kochrezepte oder Tipps fürs Liebes- bzw. Sexualleben. Auch wurde im Oktober 2013 eine „sixx to go"-App für Smartphones gelauncht. Diese bietet 24 Stunden mobiles Livestreaming für unterwegs.

Die Internetauftritte auf Facebook und sixx.de fungieren also als eine Erweiterung der TV-Inhalte, können in dieser Arbeit allerdings nur marginal mitbetrachtet werden. Zur Verbindung von Internet und Fernsehen sagt Park „Die Leute kommen von Facebook zum TV-Programm, weil wir unsere Programmmarken dort mit großer Leidenschaft zelebrieren und eventisieren" (Park, zit. n. Zarges 2014).

VI. 3.6 Senderzukunft: aktuelle und geplante Sendungen

Kurz nach meiner zweiwöchigen Sixx-Aufnahme wurde die Programmstruktur leicht verändert, was insbesondere die Themenabende betraf. Ab Anfang August wurden beispielsweise der „Mädelsabend" oder die „MI-Time" am Mittwoch durch neue Serien anders ausgerichtet bzw. ergänzt. Insofern auch diese Sendungen auf den ersten Blick viel Erkenntnisgewinn bezüglich meiner Fragestellung erwarten ließen, sollen diese vereinzelt auch in meine Analyse mit einbezogen werden.

Bevor der neue „Mädelsabend" an den Start ging, zeigte Sixx in der Zeit zwischen dem Aufnahmeende und dem genannten Datum, also an den folgenden Montagabenden (28. Juli und 4. August) jeweils eine Romantikkomödie: 27 Dresses (Katherine Heigl als Hochzeitsplanerin, die unbewusst selbst ihre eigene Hochzeit herbeisehnt) und Freundschaft Plus (Ashton Kutcher und Natalie Portman, Freunde seit Kindertagen, einigen sich ohne Energie für eine Beziehung auf zwanglosen Sex, was nicht lange gutgehen soll). Ab 11. August gesellen sich am Montagabend zu Sex and the City die Tanz/Cheerleader/Dramaserie Hit The Floor, und die Sitcom The Crazy Ones, mit Robin Williams und Sarah Michelle Gellar (bekannt aus Buffy) in den Hauptrollen. Dienstags wird wie gehabt Einblick in das Gefühlschaos der Ärzt_innen von Grey´s Anatomy und das Anwältinnen-Leben der Good Wife gegeben.

Auch der neue Mittwochabend wurde vom Sender umfangreich beworben und mit Spannung besetzt verkündet: „Ziemlich schick! Die Mittwochs Prime-Time bekommt ab 20. August 2014 ein neues Kleid" (PM 18. August 2013). In der MI-Zeit geht es ab sofort um Mode, Models und Styling: In Mission Makeover – by Trinny & Susannah machen sich zwei britische „Königinnen des Umstylings ans Werk" (ebd.), um Frauen in verschiedenen Ländern ein neues Lebensgefühl zu ermöglichen. Gefolgt wird die Reality-Show von neuen Folgen der US-Serie How Do I Look?, bevor die Curvy Girls – Models XXL die ZuschauerInnen in ihrer Welt des Plus-Size-Modelings willkommen heißen, in der sie sich „genauso ins Zeug legen wie ihre Size-Zero-Kolleginnen – falls nötig, werden die lackierten Krallen ausgefahren" (ebd.). Donnerstags und freitags übernehmen Clans von Vampiren und Werwölfen in The Vampire Diaries, Beauty and the Beast, Buffy – im Bann der Dämonen (in dieser Abfolge seit 7. August), bzw. The Originals, Bitten, und Angel-Jäger der Finsternis das Programm (seit 15. August).

Die Eigenproduktionen stellen derzeit noch die Minderheit im Programm des Senders dar. Dies sei vor allem, wie mir mitgeteilt wurde, bei einem kleinen Sender wie Sixx, eine Frage der Programmkosten. Mit der Dating-Show Sexy Beasts startet ab 12. November die dritte eigenproduzierte Sendung auf Sixx. Kurz zusammengefasst geht es hier um Speed-Dating, bei dem die Kandidat_innen ihre Gesichter mit Horror-Masken verstecken und so den Fokus auf die inneren Werte – Intelligenz, Humor, Spontanität – legen sollen. Laut Park biete diese Sendung „alles, was Frauen wollen: außergewöhnliche Dates, einen Schuss Romantik und vor allem ganz viel Spaß" (PM 01.10.2014). Vorher läuft in der „Sixx-Date-Night" außerdem FRAUENDINGSBUMS – Attraktives Halbwissen, in der Antworten auf eher irrelevante Fragen gegeben werden: „Was passiert mit nicht verkauften Taschen von Louis Vuitton? Welche Hausarbeit verbrennt die meisten Kalorien? Wieviel Prozent der Frauen würden ihrer besten Freundin den Mann ausspannen? [...]" (ebd.). Die dritte Sendung im Bunde: neue Folgen von Paula kommt – Sex und gute Nacktgeschichten, mit Einblicken in das Sexleben unbekannter Menschen.

Sixx positioniert sich als eine witzige und freche ‚beste Freundin', die alles bieten möchte, was Frauen wollen. Dazu gehören allerdings keine Nachrichten, Wissens- oder Informationssendungen, z.B. über aktuelle – spezifisch Frauen betreffende – politische Diskurse und Entwicklungen.

Diese Formatschwerpunkte würden den anderen Sendern im Verbund überlassen (vgl. Anlage IIa).

VI. 4 Ergebnisse und Deutungsmuster

VI. 4.1 Allgemeine Ergebnisse

Insgesamt werden Frauen im Programm des Senders Sixx in einer Vielfalt von Rollen und Funktionen dargestellt – vom Model über die Style Expertin oder die afroamerikanische Ärztin bis zur lesbischen FBI-Agentin und Pathologin wird ein facettenreiches Frauenbild abgedeckt, doch wird sogar eine nur annähernd explizite Verhandlung der Themen Feminismus, Selbstbestimmung oder weibliche Emanzipation im untersuchten Zeitraum, sowie in den genannten Stichproben, ausgespart. Geht es um ihren Beruf, der mittlerweile mit einer Selbstverständlichkeit ausgeübt wird, für die Identität der Figuren aber bis auf wenige Ausnahmen eine untergeordnete Rolle spielt, sind die Figuren cool, selbstbewusst und durchsetzungsfähig. Hinsichtlich ihres Privatlebens allerdings, und insbesondere im Umgang mit Männern, werden ihnen jedoch traditionelle Wünsche, Hoffnungen und Charakteristika sowie Unsicherheit oder Fürsorglichkeit zugeschrieben.

Diesbezüglich sei an dieser Stelle hervorgehoben, dass aus innerhalb der Feinanalyse ermittelten 68 weiblichen Figuren lediglich drei (= 4,4%) lesbische Frauen (in Nebenrollen) ausgemacht werden konnten (Privatdetektivin, FBI-Agentin, Vorstadt-Ehefrau). Ähnlich ernüchternd ist die Anzahl der schwarzen/afroamerikanischen Protagonistinnen: insgesamt gab es vier Hauptrollen (Braut, Gynäkologin, Cheerleaderin, Mutter letzterer/ehemalige Cheerleaderin) und sieben Nebenrollen (Unternehmerin, Köchin, Tänzerin, Mutter, Modeverkäuferin, Trauzeugin, Patientin) (=16,2%).

Die Auftritte der zuletzt genannten Figuren dauerten – zumindest in den untersuchten Episoden – nur einige Sekunden oder hatten mehrere kurze Auftritte.

Insgesamt reichten die Anzahl und Rollenbesetzung nicht aus, um einen ernstgemeinten Anspruch zur Herstellung eines antirassistischen Klimas in der Programmlandschaft zu beweisen.

Andere kulturelle Einflüsse (indisch-amerikanisch: Privatdetektivin, asiatisch-amerikanisch: Style-Expertin, latein-amerikanisch: Models, Polizeibeamtin) machten mit insgesamt acht Haupt- und Nebenrollen 23,52% aus. Deutlich wurde die signifikant heterosexistische/heteronormative Kodierung sowie jene des (westlichen) Weißseins als gesellschaftliche Norm, die sich im Sender widerspiegelt.

Im Rahmen eines anti-feministischen Klimas spricht McRobbie (2010, S. 72) von einer „Re-Privilegierung des Weißseins": ebenso ‚integriert' und ‚akzeptiert' im gesellschaftlichen und institutionellen Kontext wie feministisches sei mittlerweile auch ein antirassistisches Verständnis. Auf „längst als überkommen und bedeutungslos geltenden Forderungen des Multikulturalismus und die antidiskriminatorischen Prinzipien, die einen Anspruch auf gleichberechtigte Repräsentation" (ebd.) verfechten, folge nun eine ‚Entspannung' der Lage:Weißsein als Norm werde so im Zuge einer Rückdrängung antirassistischer Politiken wieder möglich. Einhergehend mit dieser Entwicklung würden Angehörige ethnischer Minderheiten dazu aufgefordert, ihre kulturelle ‚Andersheit' abzulegen und, um Zugehörigkeit zu signalisieren, sich mit der Mehrheit zu identifizieren (vgl. ebd.: 73). Für diesen Zusammenhang bedeutet dies, sich den für weibliche Intelligibilität entworfenen Aufmerksamkeitsräumen zu fügen und als „glamouröse Leistungsträgerinnen" (ebd., S. 37) hervorzutreten.

Obwohl die Berufe der Figuren oft nicht ohne weitere Hintergrundrecherche aus dem Plot heraus offensichtlich wurden und diese den im gesamten Programmkontext repräsentierten Lebensstandard der gehobenen Mittelschicht gar nicht ermöglichen könnten, wird er als Norm propagiert. Ohne Ausnahme wird in allen Serien und Filmen ein relativ wohlhabender, teilweise

sogar luxuriöser Lebensstil dargelegt, der sich vor allem in der Kleidung, aber ebenso in der Wohnsituation der Figuren widerspiegelt. Diskurse über finanzielle Problematiken oder gar Armut werden gänzlich ausgespart und stehen somit gar nicht ‚zur Debatte'. Am Beispiel von Sex and the City als eine der am meisten diskutiertesten und als postfeministisch deklarierten Serien, in denen diese Zusammenhänge besonders deutlich werden, erklärt Rosalind Gill (2007, S. 246, Herv. i. Orig.), „Sex and the City establishes one kind of ‚bourgeois bohemian' femininity as more desirable than other forms (which are castigated as too repressed or unstylish or vulgar)".

Zwar würden moralische Grenzen überschritten und zeigten sich beispielsweise in einer selbstbestimmten, fast promiskuitiven Sexualiät ebenso wie einem unproblematischen Austausch über diese unter Freundinnen. Ersetzt würden diese Grenzen allerdings durch ästhetisierte: „[...] the four protagonists differentiate themselves from other women who dress badly or have poor interior design taste [...]".

Das postfeministische ‚Projekt' kennzeichnet sich als ein durch ‚Klasse' bestimmtes und einhergehend mit einer stark ausgeprägten Konsumorientierung zur Dar- bzw. Sicherstellung eben dieser.

Hinsichtlich des Alters der repräsentierten Figuren wird eine große Spannbreite abgedeckt, wobei die Gruppe der 30 bis 35-jährigen Frauen mit 17 Rollen den Großteil ausmacht und somit kompatibel ist mit der Kernzielgruppe des Senders. An zweiter Stelle stehen 25 bis 30-jährige Frauen (14), gefolgt von 20 bis 25-jährigen und 35 bis 40-jährigen Frauen (jeweils 11), sowie 40-45-jährigen Frauen (10), 50 bis 55-jährigen (3) und 55-60-jährigen Frauen (2). Diese Angaben beruhen auf Schätzungen des Alters, basierend hauptsächlich auf Optik, Berufs- und Familienstand.

Um festzustellen, ob bzw. inwiefern die Serien im Programm des Senders als „kulturelles Barometer [...], welches einen bestimmten Zeitgeist ‚misst' und einfängt" (Lenzhofer 2006, S. 37, Herv. i. Orig.) gelesen werden können, innerhalb derer Bedeutungen von Weiblichkeit ausgehandelt werden, wurden zudem die Produktionszeiträume und -orte ermittelt. Die innerhalb der Feinanalyse erfassten Serien und Filme stammen bis auf zwei Ausnahmen (Sex and the City: 1998-2004; Beverly Hills 90210: 1990-2000) aus den Jahren 2005 bis 2014 und können somit als geeignet betrachtet werden, aktuelle populärkulturelle Vorstellungen und Konstruktionen von Weiblichkeit zu erfassen. Die ausgestrahlten Filme an den Wochenenden sind größtenteils deutsche Eigenproduktionen aus dem Senderverband ProSiebenSat.1; für meine Analyse wurden sowohl eine deutsche, als auch eine US-amerikanische Produktion gewählt. Die in die Analyse eingeflossenen Serien am Vor- bzw. Nachmittag sind bis auf wenige Ausnahmen US-amerikanische Produktionen, gespickt mit aus in Großbritannien augenscheinlich beliebten Hochzeits-Reality-Dokumentationen[26].

Wie bereits betont, machen Sixx-Eigenproduktionen wie Enie backt oder die Sixx-Quickies den geringsten Teil der Sendezeit aus. Insoweit postfeministische (Medien-)Diskurse und Theorien in der feministischen Kritik als im Zusammenhang mit internationalen gesellschaftlichen Wandlungsprozessen betrachtet bzw. aufgestellt werden, gehe ich hinsichtlich eines Trends des Undoing Feminism nicht von gravierenden kulturell-spezifischen Entwicklungen oder Unterschieden aus, weshalb ich es auch aufgrund der grundsätzlichen Fluidität und gegenseitigen Einflussnahme (populär-)kultureller Prozesse und Trends für ungefährlich und angemessen halte, internationale, auf Sixx ausgestrahlte Produktionen innerhalb des deutschen Kontexts zu bewerten.

Zuletzt soll hier noch auf die Genre-Vielfalt verwiesen werden, bevor die aus der Phänomenstruktur rekonstruierten Deutungsmuster vorgestellt werden. An erster Stelle und sowohl für Serien, als auch für Filme zutreffend ist die

26 Deutsche Produktionen dieses Formats („Vier Hochzeiten und eine Traumreise") werden derzeit auf VOX, zugehörig der RTL-Sendergruppe, ausgestrahlt.

Kategorie Romantik-Comedy/Drama, gefolgt von Fantasy/Mystery, Reality-Dokus, Drama- und Krimiserien, Kochshows und Infotainment-Sendungen (Sixx-Quickies).Für die Analyse wurde jedes Genre mindestens einmal erfasst. Für die Erläuterung der Deutungsmuster wurden jeweils besonders aufschlussreiche Beispiele aus einzelnen Serien ausgewählt; eine Berücksichtigung aller wäre in diesem Rahmen unmöglich. Da jede Serie nur einmal in das Sample aufgenommen wurde, sind die Daten und Titel zu den unten angeführten Beispiel-Episoden aus Platzgründen aus der Anlage I zu entnehmen.

VI. 4.2 Deutungsmuster

A: Optik/Gesamteindruck
A1: (Normierte) Schönheit ist Normalität
...und erscheint zu jeder Tageszeit als Selbstverständlichkeit ohne sichtbare Anstrengungen.

Obwohl Praktiken des Sich-Zurechtmachens (oder Zurechtgemacht-Werdens, mit Ausnahme von Make-Over und Hochzeits-Formaten) in keiner der untersuchten Episoden explizit zur Repräsentation gelangen, orientieren sich die Serien-, Film- und Entertainment Figuren im Sender – ungeachtet ihres Alters – ohne Ausnahme am westlichen Ideal jugendlich anmutender, attraktiver Weiblichkeit. Auffällig bei den Weiblichkeitskonstruktionen sind (mittel-)lange, füllige, leicht gewellte und somit natürlich wirkende Haare, stets perfektioniertes Make-Up (sogar beim Aufwachen am Morgen, s. Abb. 5) und ein tadelloser, eleganter bis cooler, aber immer gepflegter Kleidungsstil, in welchem die rigoros schlanken weiblichen Körper zur Geltung kommen (sollen).

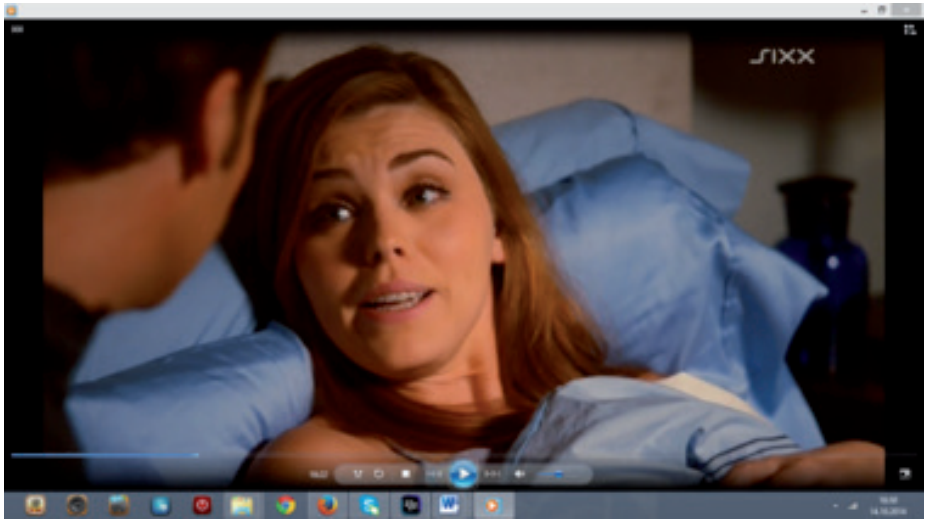

Abb. 5: Annabeth (Hart of Dixie) mit perfektem Lidstrich

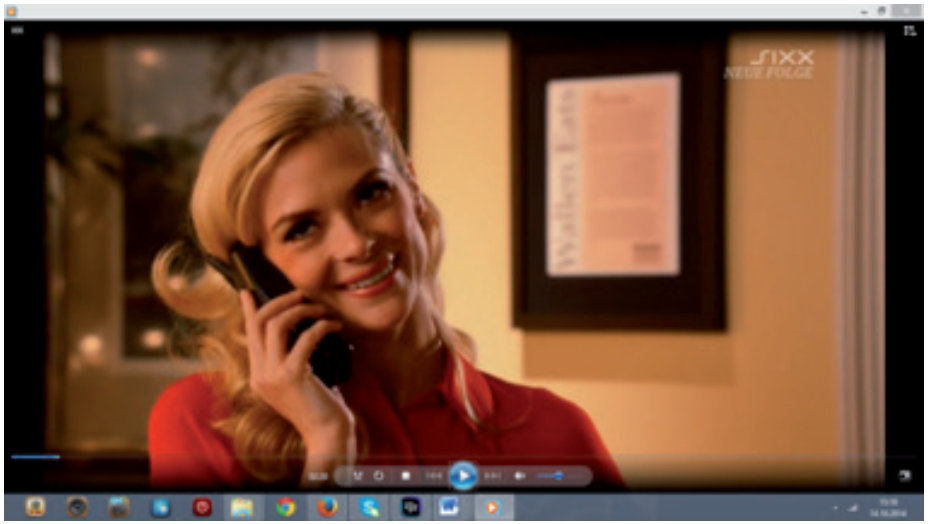

Abb.6: Lemon (Hart of Dixie) perfekt gestylt und nach dem Aufwachen (selbst-) diszipliniert

Rivières Konzept der Maskerade besagt, dass es kein authentisches Frausein ‚unter' der bzw. ohne die Maskerade gibt, „[...] whether radical or superficial, they are the same thing" (Rivière 1986, S. 38) und verweist somit – wie auch Butler (1991) auf die diskursive Verfasstheit von Weiblichkeit, die hier – enkodiert durch die vermeintliche ‚Natürlichkeit' von perfektionierter Weiblichkeit – gewissermaßen verleugnet wird. In der Dekodierung ließe eine oppositionelle, informierte Lesart es allerdings zu, zu erkennen, wie die Notwendigkeit des Tragens der Maskerade normative Geschlechterrollenstereotype zu restabilisieren vermag.

Hinsichtlich der optischen Inszenierung der weiblichen Figuren in Hart of Dixie ist die Orientierung am Modestil der 1950er Jahre besonders auffällig, einhergehend mit einem stark überzeichneten Weiblichkeitsbild. Solches kann unter Umständen subversives Potenzial beinhalten, insofern durch das bewusste Tragen der Maskerade, die „Hyperbolisierung der Ausrüstung von Weiblichkeit" nach Doane (1994, zit. n. McRobbie 2010, S. 100), Weiblichkeit als ein durch die phallozentrische Ordnung hervorgebrachtes diskursives Konstrukt entlarvt und während des Eintritts in die symbolische Ordnung dieselbe zu stören vermag.

Im Kontext des insgesamt ironisch inszenierten Plots der Serie könnten die Kleider und der Stil der Frauen tatsächlich „in Anführungszeichen" (McRobbie 2010, S. 100) getragen werden und somit einen Weiblichkeitszwang subvertieren – gäbe es noch andere Grenzüberschreitungen stereotypen weiblichen Verhaltens oder Charaktereigenschaften. Doch der diskursive Fokus auf weibliche Beziehungsfixierung im Gegensatz zu beruflichem Vorankommen oder die starke Enkodierung von binären Geschlechterdifferenzen bzw. heteronormativer Ordnungen bestärken eher den Zwang zur Normenkonformität als sie zu hinterfragen. Welche Rolle der Ironie als reaktionäre Strategie in diesem Zusammenhang zukommt, wird im Fazit wieder aufgegriffen. Abbildung 6 zeigt eine der Hauptprotagonistinnen, Lemon, die – aufgebracht von der Kritik ihrer Großmutter, warum sie noch nicht verheiratet sei – sich selbst diszipliniert und ihr ‚unschickliches Verhalten' (eine boshafte Reaktion) versucht zu verhindern. In weiblicher, zurückhaltender Manier setzt sie stattdessen ein Lächeln auf und zeigt sich nachgiebig.

Ein etwas pragmatischeres Beispiel zur Funktion der Maskerade, wie sie Butler auf Basis psychoanalytischer Theorien weiterentwickelt, denen zufolge sie als ein kostümiertes Verlangen, als eine Verleugnung von Elementen, „[...], die andernfalls eine bruchlose Konstruktion einer heterosexuellen Weiblichkeit stören könnten" (Butler 1991, S. 80) infrage kommt, wird anhand der Serie Bitten deutlich: die Figur Elena (Abb. 7+8) versucht, ihr ‚tierisches Begehren', ihre böse, unweibliche Seite der Werwölfin durch ein perfektioniertes Äußeres zu verbergen. Wiederholt betont sie ihre Sehnsucht nach ‚Normalität', deren Elemente im Verlauf der Episode innerhalb ihres Alltags vorgestellt werden: eine romantische Beziehung mit einem Mann, Frauentratsch (über Körperideale und Männer), Kleideranproben, sowie die folgende Selbstrepräsentation (bzw. Sicherstellung jener infrage gestellten Weiblichkeit) durch kurze Kleider und High-Heels, Brunchen und Cocktailtrinken.

Abb. 7+8: Elena (*Bitten*)

Professionen, innerhalb derer sich Frauen in der Realität oft noch ‚beweisen' müssen, werden auf dem Fernsehbildschirm als für Frauen selbstverständliche Berufsoptionen dargestellt: mutig, selbstbewusst und unbeirrt überzeugen mit medizinischem Fachwissen (Abb. 9) oder lösen Mordfälle als Pathologin (Abb. 10+11).

Abb. 9: Psychiaterin Dr. Violet Turner und
Neonatologin Dr. Addison Montgomery (Private Practice)

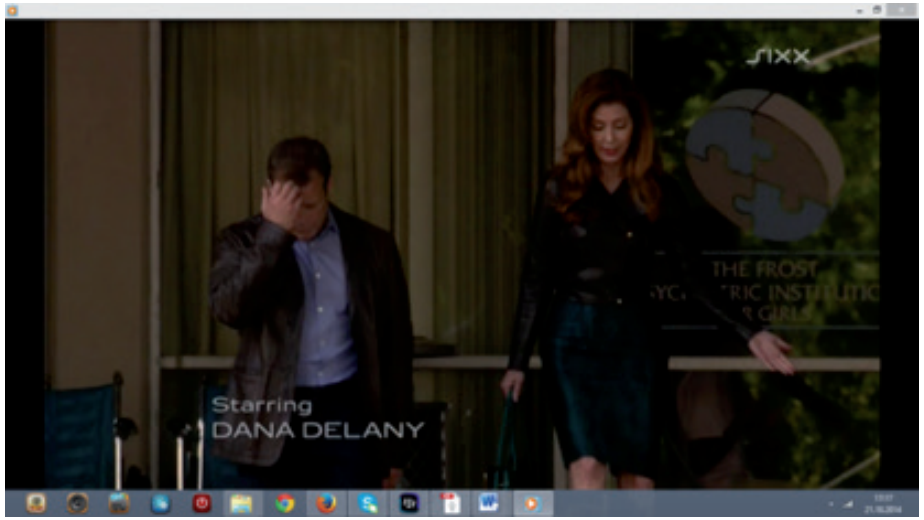

Abb. 10+11: Pathologin Dr. Megan Hunt (Body of Proof)

Starke Charaktere sind notwendig und wichtig, um das Spektrum an weiblichen Positionen, die eine ermächtigende Wirkung haben, vor allem für jüngere Frauen zu erweitern. Aufgrund ihres Verhaltens und ihrer Ausbildung durchaus mit emanzipatorischem Potenzial ausgestattet, bilden diese ‚Karrierefrauen' dennoch Musterbeispiele für das Prinzip der postfeministischen Maskerade ab, die „als Modus der weiblichen Einschreibung auf der gesamten Oberfläche des weiblichen Körpers [...], als Anrufungstechnik, [...] als [...] Refrain der Weiblichkeit operiert" (McRobbie 2010, S. 101).

Wenn betonte Weiblichkeit – als ‚Statement' getragen – ermächtigendes, oder auch selbstbestimmtes, Potenzial zu ermöglichen vermag, so liegt diesem doch aufgrund jener als ‚weiblich' aufgeladenen und stets wiederkehrenden, konformen (Stil-)Elemente ein Paradoxon der sozialen (binären Geschlechter-(Re-))Konstruktion zugrunde, das mit jeder Performanz verstetigt und normalisiert wird. Auffällig ist die insbesondere durch Kleidung verdeutlichte ‚weibliche' Inszenierung heterosexueller, beruflich unabhängiger Frauen im Gegensatz zu jener der wenigen homosexuellen Figuren: während erstere zumeist farbige, verspielte und ‚romantische' Kleidung tragen, setzen zweitere auf androgyne ‚Coolness' – dunkle Farben, Bikerjacken, schlicht frisierte, bzw. gebundene Haare. Zudem sind homosexuelle Frauen weniger mit ‚typisch' weiblicher Gutgläubigkeit und dafür mehr mit unerschrockener Ernsthaftigkeit ausgestattet – das zeigt in beeindruckender Weise die Figur der Privatdetektivin Kalinda in The Good Wife (Abb. 12+13).

Solange also Stereotype hinsichtlich der sexuellen Orientierung und extremer Geschlechterdifferenzen dominieren und – wie in Body of Proof – kurze Röcke, High Heels und Designertasche als Arbeitskleidung an Tatorten als selbstverständlich inszeniert werden, bestätigt sich das Prinzip der Maskerade und das Paradoxon zwischen „Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung" (Villa 2008a) erhält sich aufrecht.

Abb. 12+13: Privatdetektivin Kalinda (rechts bzw. links im Bild) in bei Ermittlungen in The Good Wife

A2: Weiblichkeit wird über Körper und Mode her- und sichergestellt
...und steht im stetigen Fokus der Selbst- und Fremdbewertung.

Gestern wie heute hat Körperpolitik im Kontext des Feminismus eine zentrale Rolle gespielt, „[f]ast alle Forderungen der Frauenbewegung konzentrierten sich auf Körperliches" (vgl. Duden 2004, S. 505). Eine der sichtbarsten und nachhaltigsten Strategien der Zweiten Frauenbewegung war es, mittels körperbezogener Möglichkeiten zum Ausdruck zu bringen, dass das Private politisch sei (vgl. Villa 2008a, S. 256):

> „Körperlich wurde die Grenze zwischen öffentlich und privat überschritten, körperlich wurde Widerstand gegen Medikalisierung und Pathologisierung gelebt, körperlich wurde die ebenso bürgerliche wie marxistische Trennung von Produktion und Reproduktion thematisiert, körperlich war auch und insbesondere das Thema der Gewalt und ihre Sexualisierung" (ebd.).

Dabei hat Selbstermächtigung im Sinne eines Rückgewinns der eigenen körperlichen Autonomie nicht nur zu einer „Überwindung physischer Notwendigkeiten" (Jaggar & McBride 1989, S. 155), der Trennung von sex und gender, geführt: feministische Körperpraxen werden zudem als Wegbereiter für die Normalisierung der Selbstbeobachtung und -optimierung im Zeitalter des Neoliberalismus gehandelt. Der Körper wurde im Rahmen der Frauenbewegung zu einem Politikum, indem er de-naturalisiert und de-ontologisiert wurde (vgl. Villa 2012c, S.225; Villa 2008a, S. 254 ff.). Er wurde zum Besitz seiner Trägerin und die Entnaturalisierung wurde als „Modus der Selbstermächtigung und des Autonomiegewinns" (Villa 2008b, S. 91) gefeiert – und zwar so weit,

„dass die ehemals feministische Pointe der Selbst-Ermächtigung qua Körperpraxen aufgeht in einem ‚Schönheitssystem', das letztlich Selbstbeherrschung qua Körperregulierung produziert" (Hark & Villa 2010, S, 12, Herv. i. Orig.).

Wie bereits erwähnt, stehen Ökonomie und Subjektregulierung im postfeministischen Kontext in Form von Imperativen vorgeblich moderner Weiblichkeit in Zusammenhang; Mode und weibliche Selbstinszenierung werden als zeitgenössische Form der Freiheit (vgl. McRobbie 2010, S. 27) übermittelt, ebenso, wie die Sexualisierung des weiblichen Körpers in der Populärkultur unter Gebrauch feministischen Vokabulars als selbstermächtigend gefeiert wird. Die selbstgewählte Objektifizierung, in der „[w]omen are not straightforwardly objectified but are presented as active, desiring sexual subjects" (Gill 2007, S. 258) wird bei Sixx in der Drama-Serie Hit the Floor exemplifiziert, in der die gut erzogene, naive Ahsha ihr Glück in dem Cheerleading-Team einer Basketballmannschaft versucht und bald erkennen muss, dass, um hier ‚erfolgreich' zu sein, nicht nur Körperbeherrschung und harte Arbeit am Selbst an der Tagesordnung sind, sondern ebenso Konkurrenz und Machtkämpfe – sowohl der Spieler um die Frauen, als auch unter den Tänzerinnen selbst.

„Alle kommen, um euch zu sehen. Ihr müsst perfekt sein – und ihr werdet perfekt sein!", sind die Worte der Tanztrainerin. Schnell wird deutlich, dass es hier um eine ständige, öffentliche Darbietung halbnackter, weiblicher Körper geht, die unter dem Vorwand der ‚Selbstverwirklichung' (Ahsha: „Nur beim Tanzen kann ich ich selbst sein!") mit einem patriarchalen Blickregime kooperieren, der insbesondere durch die Basketballspieler als Repräsentanten hegemonialer Männlichkeit veranschaulicht wird.

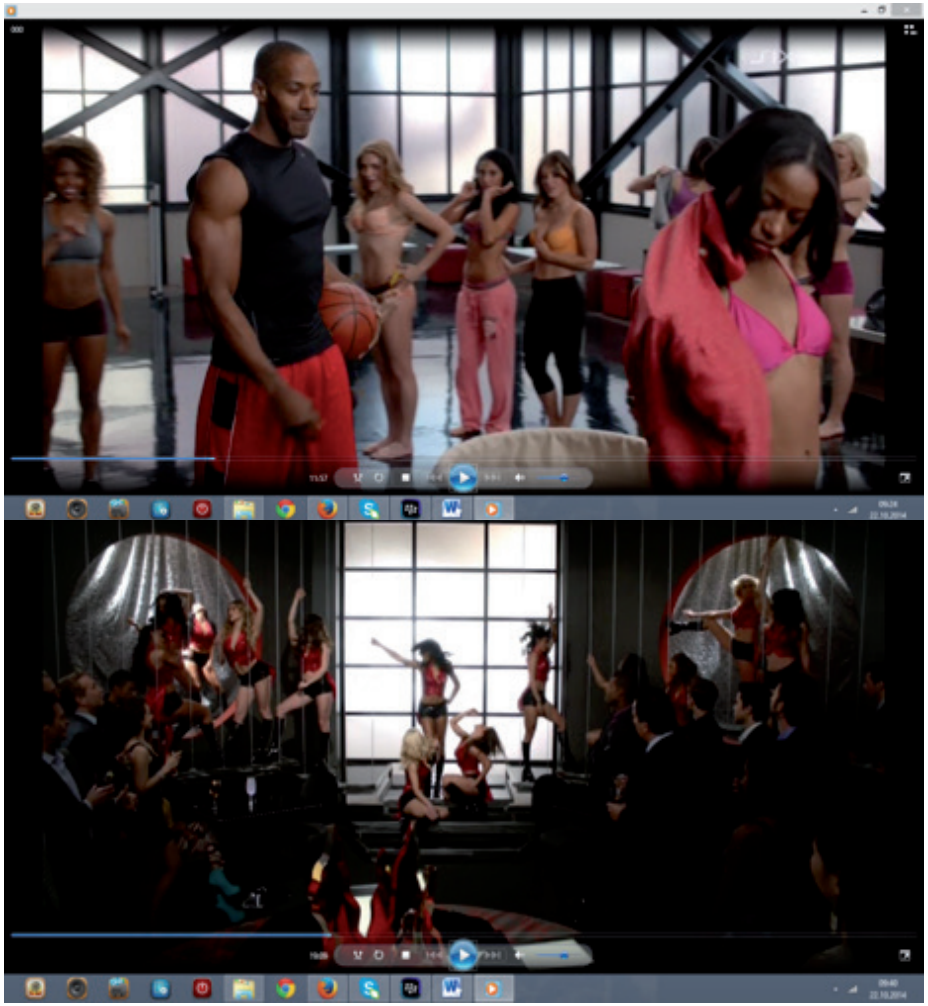

Abb. 15 (unten): Die „Devil Girls" (Hit the Floor) bei einem Auftritt

Obwohl sich die ‚brave' Ahsha gegen Kolleginnen abgrenzt, die ihre Körper zu eigenen Zwecken an die Manager des Teams ‚verkaufen' (Sex gegen einen Platz im Cheerleading-Team oder ein Auto), definiert sie sich doch selbst aus-

schließlich über ihre körperliche Ausstrahlung und ist sich dieser durchaus bewusst; so überrascht sie ihren Freund zuhause im knappen Trainingsoutfit und gibt sich dem als ermächtigend empfundenen, stark sexualisierten-Tanzstil hin, der sie erfüllt. Weiblichkeit wird hier zum Objekt, zur Marke, zur Ressource – und das vor dem Hintergrund der Wahlfreiheit als erstrebenswertes Ziel. Zwar ‚selbstbestimmt' ausgezogen, werden Frauen hier keineswegs zu autonomen Subjekten, insofern sie zu sehr dem Stereotyp einer männlichen, heterosexuellen Pornografie-Fantasie nahe kommen:

> „[...] Once porn and real human sexuality were distinguishable. [...] But as porn has seeped into mainstream culture, the line has blurred. [...] The sexually liberated modern woman turns out to resemble [..] the pneumatic, take-me-now-big-boy fuck-puppet of male fantasy after all" (Turner 2005, S. 2, zit. n. Gill 2007, S.258).

Repräsentiert werden in dieser Sendung Frauen, die – wie Rosalind Gill (2007, ebd.) es ausdrückt – den objektifizierenden patriarchalen Blick internalisiert haben und innerhalb eines neuen Regimes der Disziplinierung gelernt haben, sich selbst über diesen Blick zu definieren. Aufbauend auf die filmtheoretischen Ansätze in Kapitel II. 2, stellt sich hier aufgrund der sehr offensichtlichen Sexualisierung die Frage, ob und zu welchen Identifikationen ein weibliches Publikum eingeladen wird, wenn die Protagonistinnen im Mulvey´schen Sinne to be looked at ness, sexualisierte Schau-Objekte, darstellen.
Kann Schaulust ermöglicht werden, wenn durch die von Doane vorgeschlagene, abnehmbare Maske ausreichend Distanz zur Inszenierung geschaffen wird? Dient diese Serie im Programm von Sixx als Anti-Beispiel weiblicher Subjektivität und lädt bewusst zur Abgrenzung im Rahmen oppositioneller Lesarten ein? Wie diese Serie von ihren Zuschauerinnen rezipiert und interpretiert wird, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht beantwortet werden und so bleiben diese Fragen an dieser Stelle als Gedanken erwähnt.
Einen bedeutenden Stellenwert im Sender nehmen Make-Over- und Reality-Sendungen ein, in denen insbesondere der Aufmerksamkeitsraum der Mode- und Schönheitsindustrie als notwendiger und legitimer Raum des In-Erscheinung-Tretens von Weiblichkeit herausgestellt wird.

Abb. 16: Kandidatin Forest vor ihrer Transformation bei How Do I Look?

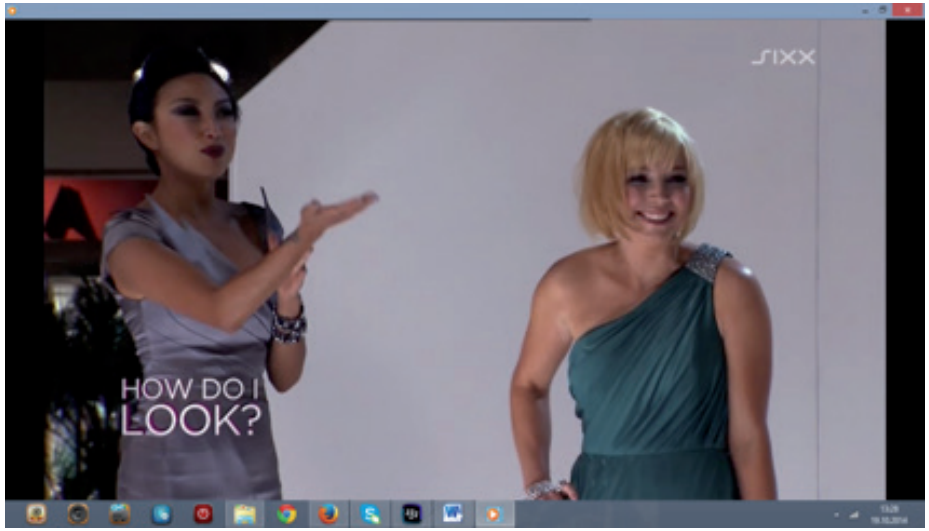

Abb. 17: Kandidatin Forest nach ihrer Transformation bei How Do I Look?

Selbstüberwachung und -optimierung als „requirements of the performance of successful femininity" (Gill 2007, S. 261) werden gekoppelt an eine ‚Bewegung von Frauen' (vgl. McRobbie (2010, S. 165) innerhalb gesellschaftlicher Neuordnungsprozesse, um den an sie gestellten Anforderungen hinsichtlich ihrer neuen Erwerbs- und Konsummöglichkeiten erwartungskonform nachkommen zu können. In der untersuchten Episode von How Do I Look? wurde jene Frau bzw. Kandidatin, die mit sich selbst zufrieden war und dem System, in das sie ‚gelockt' werden sollte, Paroli bot („Kleidung ist mir nicht wichtig. [...]
Mode ist ein Werkzeug der Konzerne, um dich zum Konsum zu bewegen!"), wurde gedemütigt („Du siehst aus wie ein obdachloser Gremlin!") und so lange mit ihren ‚Problemen', die sie daran hinderten, wirklich erfolgreich zu sein („Du musst kein Kindermädchen sein! Ändere deinen Style und nimm dein Leben in die Hand!"), konfrontiert, bis sie sich selbst eingestehen musste, dass sie bisher doch nicht alles aus sich herausgeholt hatte.
Abweichungen von der Norm, von neuen gesellschaftlichen, auf ‚neue Weiblichkeit' zugeschriebenen Konventionen, wird in diesem Format suggeriert, werden bestraft. Weiblichkeit als Konstruktion erfährt eine bewusste Legitimation; die Kandidatinnen werden gezwungen, „nach ‚glamouröser Individualität' zu streben" (ebd., S. 166, Herv. i. Orig.), die als spezifisch weibliches Element der Hegemonie neoliberaler Eigenverantwortlichkeit gekoppelt wird an Prinzipien des globalen Standortwettbewerbs und (pseudo-)feministischen Leitbildern, insofern „Konsum als Gestaltungsmöglichkeit des Selbst" (Hausotter 2010, Abs. 10) propagiert wird, das zugleich mit mehr (beruflicher und persönlicher) Freiheit und somit zu unabhängiger Existenzsicherung, sowie einer Veränderung ihres Status einhergehen soll. Ziel der angeleiteten Transformation vor allem von Frauen aus den unteren Mittelschichten ist eine ‚gesunde' Subjektivität, die „mit den biopolitischen Anforderungen der neuen globalen Ökonomie auf Linie gebracht" (McRobbie 2011, S. 193) wird.
Einen oberflächlich subversiven Charakter schien zunächst die Serie Curvy Girls zu haben – eine Reality-Soap, in der vier Plus-Size Models in ihrem Berufsalltag begleitet werden. Ihre Körper vermögen zwar rigide Schlankheitsnormen zu überschreiten, allerdings steht dieser Normausbruch im starken Widerspruch zu einer gleichbleibenden Fokussierung auf Weiblichkeit als Körperlichkeit. Zunächst den Wunsch nach Anerkennung äußernd, so wie sie sind akzeptiert zu werden, stützen sie selbst ein Geschlechterregime, das von Weiblichkeit eine stetige, kritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Körper, ihrer ‚äußeren Hülle', erfordert.

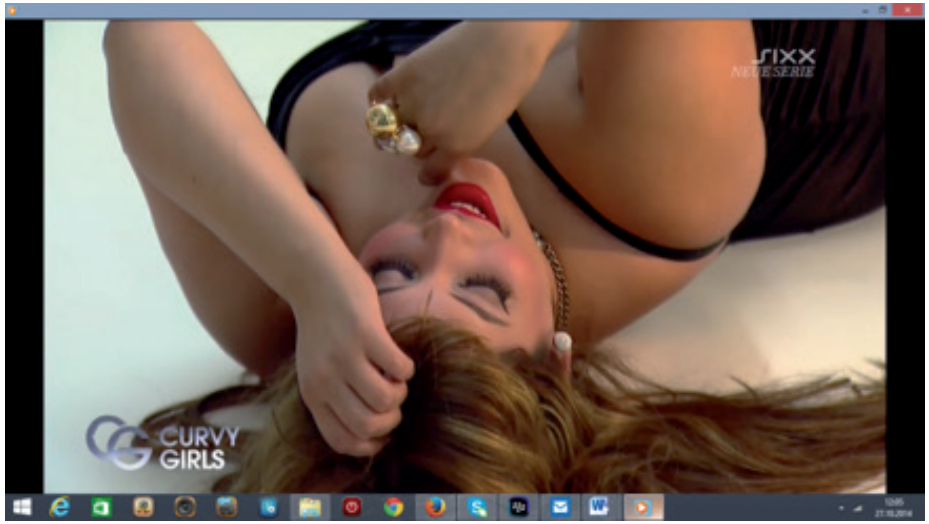

Abb. 18: Curvy Girl beim Shooting

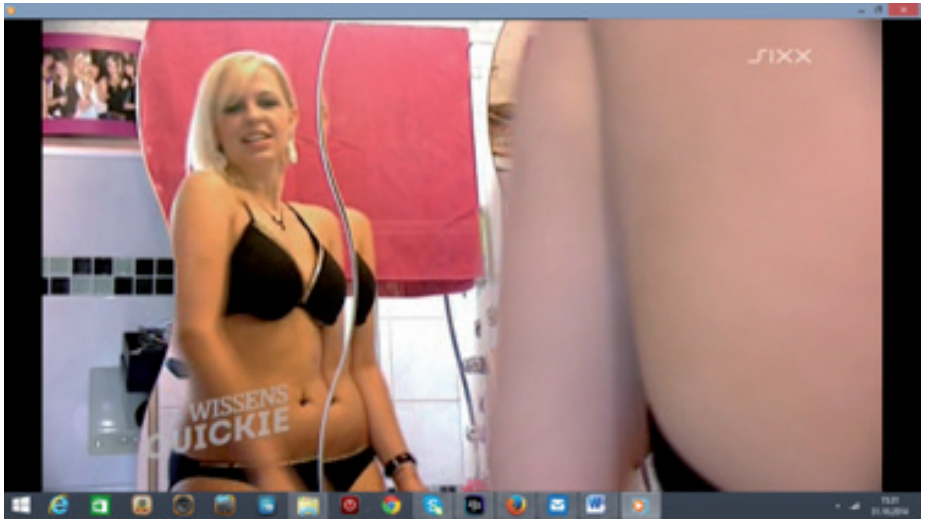

Abb. 19: Sixx Quickies: Zeigt die Diät schon Wirkung?

Stetige Selbstzweifel, Gewichtskontrolle, Schönheitsoperationen, Konkurrenz und die Darstellung erotisierter Weiblichkeit lässt die Fassade ihrer ‚Authentizität' schnell bröckeln. Die eigenproduzierte Sendung Der Sixx Wissens-Quickie oder Fashion Quickie setzt sich mit ‚frauenrelevanten' Themen – und so gewissermaßen mit der Freiheit zum Zwang der stetigen Selbstbeobachtung – auseinander. Es geht um Diätmaßnahmen, die frau ‚nebenbei' im stressigen Alltag um ein paar Kilo erleichtern, oder Jeansmodelle, die einen „Knackpo" zaubern sollen, der dann in der Shoppingmall durch fremde Hände auch unverzüglich einem Praxistest unterzogen wird (Abb. 19+20).

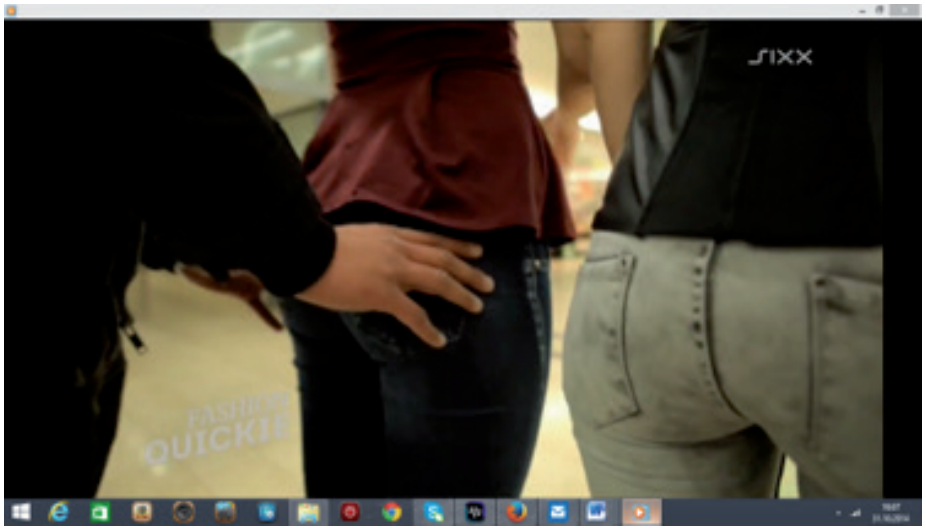

Abb. 20: Der Jeans „Grapsch-Test" (lt. Sixx)

Auch das Format Dance Moms kann als besonders kritisch, oder aber – ähnlich wie Hit the Floor – als potenzielles Anti-Beispiel weiblicher Subjektivität betrachtet werden: übereifrige Mütter, die ihre sechs bis dreizehnjährigen Töchter dem Drill einer Tanzlehrerin überlassen, um sie zu ‚Showtalenten' heranzuziehen und ihnen Weiblichkeitsimperative bereits im Kindesalter einzuimpfen.

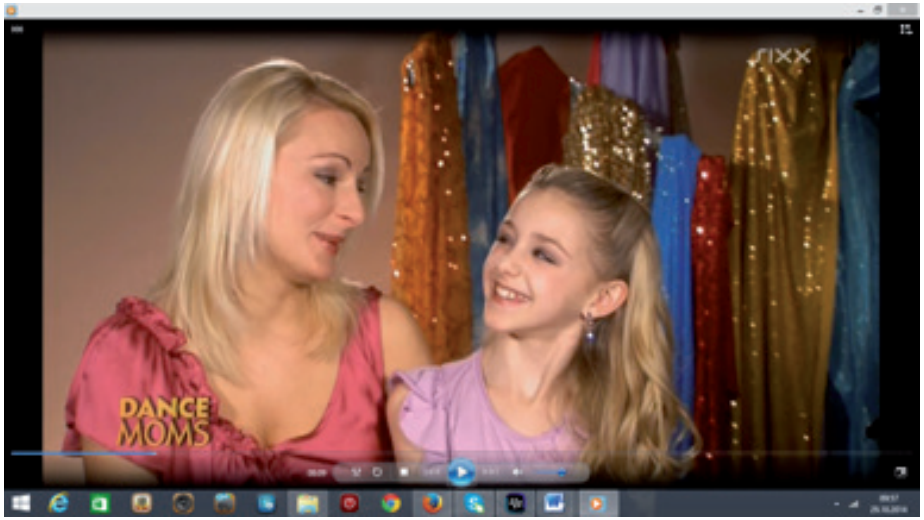

Abb. 21: Stolze Dance Mom mit ihrer Tochter

Abb. 22: Sexualisierter Tanzauftritt junger Mädchen

Hartes Training, das sie „auf das Leben vorbereiten" soll, zum Preis der Kindheit – denn die jungen Mädchen haben wohl in dem Alter keine Möglichkeit, zwischen ‚richtig' oder ‚falsch' zu unterscheiden. Mittels an Gewalt grenzendem psychischem und physischem Druck, dem einige Mädchen nicht standhalten können, werden sie dahingehend diszipliniert, sich bereits im Kindesalter über ihre Körper und ihr Äußeres zu definieren und durch harte Arbeit am Selbst die Konkurrenz auszustechen. ‚Wünsche' und Eigenschaften, die die Mütter als verfolgenswert ansehen, werden den Mädchen anerzogen: „Maddy ist so eine Perfektionistin!", wobei keine Gnade waltet, wenn die Mädchen Nervenzusammenbrüche erleiden: „Nicht weinen – mach kein Theater – was ist los!? Du brichst doch nie das Training ab!".
Erfolgszwang, Selbstmanagement und -inszenierung, Schminktechniken und eine Einführung in die Welt des ‚Glamours' sollen Kinder glücklich machen, denn „wenn sich meine Tochter morgen dafür entscheiden würde, Softball

spielen zu wollen, würde ich mir die Pulsadern aufschneiden!", berichtet eine Mutter, die „nur das Beste" für ihre Tochter will.

B: Geschlechterrepräsentationen
Soziale und technische Kodes der Repräsentation stellen die (Re-)Artikulation binärer Geschlechterunterschiede sicher

Mehr oder weniger explizit wurden in jeder untersuchten Episode/Serie Unterschiede zwischen Frauen und Männern betont, die sich insbesondere über soziale Kodes wie Verhaltensweisen und zugeschriebene Charakteristika oder aber durch technische Kodes wie die Inszenierung von Kulissen, Beleuchtung und ‚typischen' Orten ausdrücken, an denen sich Frauen und Männer üblicherweise aufzuhalten scheinen – verbunden mit den dort betriebenen Aktivitäten. Getrennt wurden zudem Verantwortlichkeiten im Alltag, Wünsche und Ziele vor allem hinsichtlich der Beziehungsvorstellungen, sowie Kleidung zur Unterstützung der Betonung der ‚natürlichen' körperlichen Differenz bzw. zur Absicherung von Authentizität und Differenz vor beruflichem Hintergrund. Ich beginne mit Beispielen aus Trau' Dich!, einer Reality-Doku über das Heiraten, in der die Frau die Hochzeitsplanung, mitsamt all ihrer Vorstellungen einer ‚Traumhochzeit' in die Hände des zukünftigen Bräutigams legt – was in vielen Fällen der Sendung in einem außerordentlichen Desaster, Enttäuschungen oder aber dem Bewusstsein über das Schließen von Kompromissen endet. In jedem Fall werden das Ereignis Hochzeit/Ehe und damit verbundene ‚ernsthafte' Beziehungsvorstellungen deutlich weiblich konnotiert: ein Mann übernimmt eine ‚Frauenaufgabe', wobei das Kamerateam in aller Deutlichkeit mitverfolgt, dass bei all den Schwierigkeiten, die ‚er' hat, das Ganze doch lieber der Frau überlassen bleiben sollte.

Abb. 23+24: Geschlechterdifferenzierte Hochzeitsplanung in Trau' Dich!

In der Beziehung und Planungsprozessen des privaten Lebens hat auch in der untersuchten Episode deutlich die Frau die Oberhand („Wenn das nichts wird, schlag' ich ihm die Zähne aus!"), doch gibt ihr das keineswegs einen emanzipatorischen Anstrich, sondern betont nur, warum es besser ist, die natürlichen Geschlechterunterschiede und einhergehenden Interessen bzw. Aufgaben und Sphären beizubehalten und zu respektieren. Will sie eine Hochzeit „wie aus dem Bilderbuch" – klassisch, stilvoll, in einer hübschen Kapelle – , bevorzugt er eher abenteuerliche Örtlichkeiten wie einen Flugplatz, Casino und Nachtclub. ‚Typisch' Mann und ‚typisch' Frau – das ist es, was die Inszenierungen nahelegen wollen: Was passiert, wenn Frauen ihren Kontrollzwang ablegen müssen? Wie beweisen sich Männer in ‚weiblichen' Aufgabengebieten?

Das Ideal einer ordentlichen, durchstrukturierten Planungsweise wird dem Vorschlag einer entspannten, lockeren Herangehensweise gegenübergestellt. Während die Braut und ihre Freundin (in der Küche!) spekulieren und sich sorgen („Romantik lehnt Tedric ja vollkommen ab!"), nehmen es der Bräutigam und sein Trauzeuge mit der knappen Zeit nicht so ernst und geben sich zum ‚Aufwärmen' erstmal ihrem Vergnügen hin (Abb. 24). Frausein wird hier nicht nur über Körperlichkeit und einen ‚sexy' (Abb. 23) vs. konservativen Kleidungsstil definiert („Ich möchte wie eine Prinzessin aussehen!"), sondern ebenfalls über Emotionalität, Sorge und Kontrolldrang, wobei hier bereits durch das Verhalten der Figuren nahegelegt wird, dass diese selbst ihre Differenzen internalisiert haben und als solche wertschätzen. Auffällig ist die lustige Art und Weise der Inszenierung, in der die Ängste der Braut und die spielerische Herangehensweise des Bräutigams gegenübergestellt werden, welche die ‚Natürlichkeit' der Geschlechterunterschiede kaschieren soll und als Strategie fungiert, das Ganze ‚nicht so ernst' – eben mit einem ‚Augenzwinkern' –, wahrzunehmen. Doch sei gerade Ironie ein Weg, postmodernen Sexismus zu artikulieren, indem Kritik abgewendet werde: „[...] irony has become a way of ‚having it both ways', of expressing sexist or homphobic or otherwise unpalatable sentiments in an ironized form, while claiming this was not actually ‚meant'" (Gill 2007, S. 266 f., Herv. i. Orig.)

In ähnlicher, symbolgetränkter Art und Weise werden in Hart of Dixie die weiblichen von den männlichen Sphären getrennt: während Frauen sich leidenschaftlich um das Management eigener oder fremder Beziehungen sowie das Arrangement von Hochzeiten bemühen, fechten Männer spielerisch politische Konflikte aus. Eine deutliche Geschlechtertrennung verläuft hier auf der Ebene der Verantwortlichkeiten: während Männer politische Ämter besetzen und somit öffentliche, administrative Funktionen einnehmen, widmen sich die Frauen als ‚Alltagsmenschen' privaten Lebensbezügen, wobei ihre beruflichen Tätigkeiten ‚nebenher' ablaufen, diesen aber keine größere Relevanz zukommt. Wie die Abbildungen 25 und 26 belegen sollten, wird die „soziale Fiktion der Geschlechterdifferenz" (McRobbie 2011, S. 97) auch mittels Kulissen- und Farbgestaltung (Pastelltöne: Romantik, Eleganz, Ordnung, Attitüde) vs. Kampfgeist, Gefahr (Signalfarbe rot!) oder Problemlosigkeit (warme grün-braun-Farbgebung), sichergestellt. Erwähnenswert ist auch die Menge an Phallussymbolen in Form von Pokalen, die Rivalität, Gewinn und Erfolg mit Männlichkeit in dem gegebenen Kontext implizieren.

Abb. 25+26: Frauen und Männer in *Hart of Dixie*

Dass Kleidung einen wichtigen Faktor darstellt, „um die Illusion eines erfolgreich und eindeutig vergeschlechtlichten Selbst zu bestätigen" (ebd.), wurde bereits in Punkt A gezeigt. Wie notwendig diese Praktik ist, um einer Bestrafung zu entgehen, exemplifizierte auch die Sendung How Do I Look?, als deutlich wurde, dass ein ausgelassener, „jungenhafter Hippiestyle" nicht der neuen gesellschaftlichen Anerkennung dienlich ist, die frau haben könnte und sollte. Jeans und Sneakers werden als unweibliche Kleiderordnung abqualifiziert: „You look like your dad!", muss sich die Kandidatin von ihrer Freundin erklären lassen, worauf eine Diskussion über die Bedeutungszuschreibung von High Heels folgt: Es gewinnt die Position, die sie eher als „Waffen" zum Ausdruck von weiblicher Stärke, denn als bewegungseinschränkendes Mittel zur Unterdrückung von Frauen anerkennt.

Auch in Serien wie Body of Proof, The Good Wife, oder Private Practice, in denen Frauen ‚seriöse' Berufe bspw. der Anwältin oder Medizinerin einnehmen oder in Leitungspositionen präsentiert werden, spielt diese Art des weiblichen Schuhwerks eine prägnante Rolle und wird als unverzichtbar für die beruflich erfolgreiche Frau dargestellt, die meistens in Kombination mit Rock oder Kostüm, seltener mit Hose oder Hosenanzug zur Schau getragen wird. Im Kontrast zu Kleiderordnungen ihrer männlichen Kollegen mit Hemden, Krawatten oder Anzügen stellen Schuhe mit hohen (Stiletto-) Absätzen im Programm das bedeutungsvollste Stil-Ultimatum an Weiblichkeit dar.[27]

27 Ein interessanter Artikel des Autors Jörg Friedrich über den „Absatz-Diskurs", der sich mit den widersprüchlichen Bedeutungszuschreibungen von Sexualisierung einerseits und Emanzipation andererseits auseinandersetzt und darüber hinaus einen Vergleich herzustellen versucht zwischen dem unterdrückenden vs. selbstbestimmten Tragen von Kopftüchern, erschien im Februar 2013 in *The European* (vgl. The European 2013).

Abb. 27: „Und, was soll ich tun…?", in *Bitten*

Ungeachtet ihres Selbstbewusstseins, ihrer Unabhängigkeit und ihres beruflichen Erfolges werden Frauen in den Formaten des Senders nicht grundsätzlich, aber überdurchschnittlich häufig, als aufgrund ihrer Emotionen, z.B. durch Mutterschaft bedingt, beeinflussbar oder angreifbar dargestellt, ebenso wie diese als ‚natürlich' weiblich zu sein suggeriert werden. So müssen ihr ihre Hilfsbereitschaft und Gutmütigkeit während der Mordermittlungen von Dr. Megan Hunt in Body of Proof zum Verhängnis werden. Auch Selbstzweifel oder Uneinigkeit sind Eigenschaften, die durch männlichen Rat behoben werden (Bitten, Abb. 27). In Private Practice wird deutlich, dass sich Frauen häufiger als Männer eine dauerhafte Beziehung, die traditionell in einer Ehe mündet, zu wünschen scheinen, während Männer – geprägt durch ihre Erfahrungen – „nur Spaß" wollen. Auch in ihrem Handeln sind Frauen gelegentlich zu überzeugt, zu motiviert oder übermütig, so dass sie letztlich doch vom männlichen Helden gerettet werden müssen (Beauty and the Beast). Auf diese Weise – so scheint es – wird die ‚Erschütterung' der Geschlechterhierarchie in ihre Schranken gewiesen, um die symbolische Ordnung mitsamt ihrer männlichen Hegemonie erneut abzusichern.

C Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Partnerschaften
C1: Karriereorientierte Berufstätigkeit geht notwendigerweise mit persönlichen Opfern einher.

Das Ziel populärkulturelle Erzeugnisse der 1980er und 1990er Jahre, die den Backlash gegen den Feminismus insbesondere spürbar machten, war es, das vermeintlich ‚schlechte Gewissen', das Frauen durch feministische Bewegungen hinsichtlich ihres Begehrens nach unzeitgemäßen Traditionen vermittelt wurde, zu relativieren. Hier dienten insbesondere Fernsehserien dazu, Frauen dazu zu ermutigen, ihre ‚natürliche' Weiblichkeit zurückzufordern (vgl. Lenzhofer 2007, S. 35 f.; Gill 2007, S. 268 f.). Dass wir uns derzeit in einer „Post-Backlash-Ära", wie Lenzhofer (2007, S. 36) es beschreibt, befinden, in der wir mit „ermächtigenden und subversiven Bildern von Weiblichkeit förmlich bombardiert werden" (ebd., S. 21), möchte ich im Folgenden widerlegen. Die Tatsache, dass die angeführten Serien-Beispiele aus einem spezifisch an Frauen gerichteten Programm stammen, wirft ein umso kritischeres Bild auf diese Annahme.
Der Film Rezept zum Verlieben führt seinen Zuschauerinnen eindringlich vor Augen, welche persönlichen Konsequenzen es nach sich ziehen kann, die Karriere familiärem Glück vorzuziehen: Spitzenköchin Kate ist erfolgreich, durchsetzungsfähig und unabhängig – und doch kämpft sie im Verborgenen mit ihrer Einsamkeit und ihrem Neid auf ihre Schwester, die zwar allein erziehend, aber glücklich ist. Kate dagegen ist chronisch gereizt und bei ihren Kolleg_innen unbeliebt. Als ihre Schwester bei einem tragischen Unfall stirbt und sie eine weitere Isolation fürchten muss, begibt sie sich auf Anweisung

der Restaurantleitung in Psychotherapie, die ihr ‚die Augen öffnen' soll: mit ihrem beruflichen Ehrgeiz und Drang nach Unabhängigkeit betrügt sie sich selbst! Ihre letzte Beziehung, die schon Jahre her ist, ist an ihrer Vorstellung, sich selbst dafür aufgeben zu müssen, gescheitert. Durch die Übernahme des Sorgerechts für ihre Nichte und die Unterstützung eines neuen Kollegen erfährt sie erst, was es heißt, ‚wahres Glück' zu erleben. Eine feste Partnerschaft und neue Mutterrolle lassen sie aufblühen und erkennen, was sie sich bisher selbst verwehrt hatte. Durch Männer in Rat gebenden Funktionen (Therapeut und Partner) lernt sie, ihre feministischen Einstellungen abzustreifen und sich ihrem unterdrückten Begehren endlich hinzugeben.

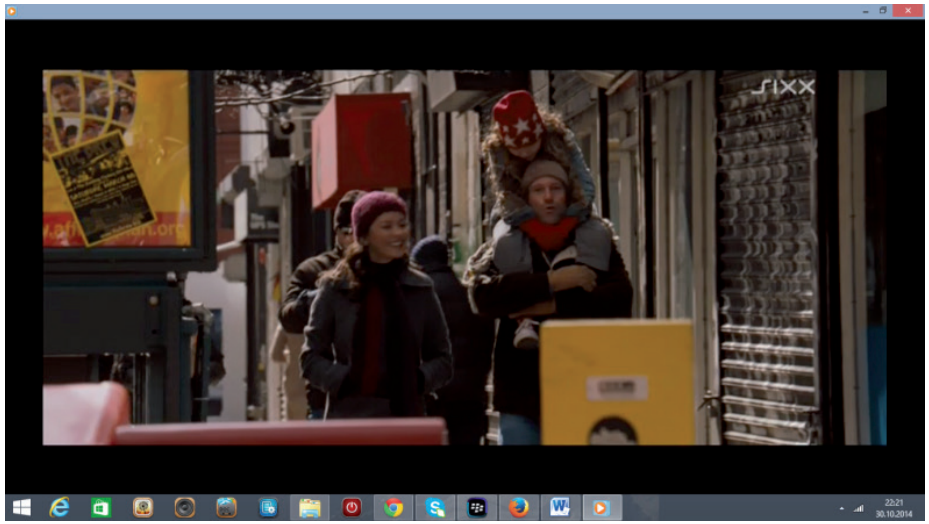

Abb. 28: Familienglück in *Rezept zum Verlieben*

Ein ähnliches Narrationsmuster wird in Private Practice verfolgt, wo „[f]eminism is not attacked, but [...] is portrayed as not speaking the truth of women´s desires" (Gill 2007, S. 242). Die Klinikdirektorin Charlotte leidet unter Schlafstörungen, Gedächtnisverlust und Angst vor Nähe aufgrund – so erfahren die Zuschauerinnen – in ihrer Kindheit fehlender mütterlicher Zuneigung und somit ihrer Unfähigkeit, Nähe zuzulassen oder gar feste Partnerschaften einzugehen.

Abb. 29: Charlotte kann nicht schlafen, in *Private Practice*

Verschleiert wird ihr Begehren nach „jemandem, der nicht an mir verzweifelt", den sie „auf der Stelle heiraten" würde, durch ihr unermüdliches Streben nach Erfolg im Beruf. Doch ihre Belastung wird so groß, dass sie ihr psychisch nicht mehr gewachsen ist und sich in Psycho- und alternativmedizinische Therapien begibt. Die Notwendigkeit mütterlicher Geborgenheit wird im Plot unterstrichen durch eine Parallelhandlung, in der ein junges

Mädchen den Missbrauch durch ihre Mutter erträgt und deren Handlungen sogar zu verteidigen versucht; Charlotte repräsentiert mit ihrer äußerlich starken, doch innerlich verletzlichen Persönlichkeit somit gewissermaßen ihr erwachsenes Pendant, bzw. die ‚Konsequenz' mütterlicher Absenz (vom Vater ist keine Rede).

Der Diskurs um die (Un-)Möglichkeit der erfolgreichen Vereinbarung von persönlichem und beruflichem Glück wird in Hart of Dixie an den Figuren Lemon und Wade exemplifiziert, deren Fähigkeiten hinsichtlich des erfolgreichen Managements ihrer jeweils geführten Restaurants unterschiedlicher nicht sein könnten: während Wades Erfolg durch das Angebot, sein Restaurant durch Franchising zu erweitern, hervorgehoben wird, erweist sich Lemons ausbleibendes Gelingen als durch die zahlreich um sie herum stattfindenden Hochzeiten beeinflusst. Sie verleugnet ihren Wunsch nach einer funktionierenden Partnerschaft – allerdings nur solange, bis die Prophezeiung ihrer Großmutter, „Bald fliegt dir alles um den Kopf!", sich erfüllt in einem durch geringe Achtsamkeit entstandenes Feuer in ihrem Restaurant. Sie stellt sich ihrem unterdrückten Begehren und begibt sich auf eine Single-Kreuzfahrt. Hier werden nicht etwa politische Leerstellen für den Konflikt der Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Beziehungen verantwortlich gemacht, sondern einzig die ‚natürlich' weibliche Hoffnung auf eine erfüllende Partnerschaft. Frauen zugeschriebene Emotionalität wird zum Störfaktor für beruflichen Aufstieg erklärt.

Stehen Frauen als Berufstätige im Mittelpunkt, so werden vor allem die persönlichen Opfer und der Preis betont, die dieses Leben mit sich bringt: Beziehungen und persönliches Glück bleiben auf der Strecke. Die entstehende Belastung wird als eine negative Konsequenz weiblicher Unabhängigkeit positioniert. Insgesamt ist der Konflikt zwischen Karriere und persönlichem Glück eines der – eindimensional und keineswegs explizit – am häufigsten wiederkehrenden Themen,

> „ohne dabei wirklich die Wurzeln dieser Probleme und Unvereinbarkeiten zu suchen, zu kritisieren oder zu ändern, nämlich das patriarchale System und seine Machtverhältnisse, die oft sogar forcierten und naturalisierten Unterschiede zwischen den Geschlechtern, die es Frauen erschweren, Karriere und Privatleben zu vereinen" (Lenzhofer 2007, S. 36).

C2: Traditionelle Beziehungsmuster und familiärer Zusammenhalt stellen den Schlüssel zu weiblichem Glück dar.

> „The ‚wedding industrial complex', as Ingraham (1999) calls it, is just the tip of the iceberg of Western culture´s obsession with heterosexual romance as a discourse. Romance is one of the key narratives by which we are interpellated or inscribed as subjects" (Gill 2007, S. 218).

Abb. 30: Aufregung vor der Hochzeit in *Hart of Dixie*

Wie durch die vorangegangenen Deutungsmuster veranschaulicht wurde, spielen Partnerschaften und Ehe für die Identität der insgesamt traditionsbewussten Figuren im Programm des Senders Sixx eine herausragende Rolle. Diskurse über Romantik, (un-)erfüllte Liebe und Hochzeiten werden insbesondere durch die Spielfilme am Wochenende aufgegriffen, die – wie bereits erwähnt – zu einem großen Teil aktuelle, deutsche Produktionen sind. Unterstützt durch den ‚Hochzeitsmarathon' im Mittagsprogramm und die Beziehungsfixierung der Serienheldinnen, lässt diese Kombination in der Tat den Eindruck eines Trends hin bzw. einer Rückwendung zu traditionellen Rollenmustern entstehen. Ungeachtet des Genres, des Alters und ihrer beruflichen Position, wird der Auseinandersetzung mit bereits gescheiterten, aktuellen und zukünftigen Beziehungen eine stets hohe, mehr oder weniger explizit inszenierte, Bedeutung beigemessen. Dabei sind es vor allem erfolgreiche Karrierefrauen, die – nachdem sie es beruflich ‚geschafft' haben – all ihre Energie dahingehend ausrichten, den ‚Richtigen' zu finden. So gibt die Ärztin Dr. Addison Montgomery in Private Practice offen und selbstbestimmt zu, was sie sich wünscht: einen Ehemann und Kinder. Damit sich ihr größter Wunsch erfüllt, wird sie „aktiv daran arbeiten". In derselben Serie ist der hauptsächliche Diskursstrang jener über die untrennbare Kopplung von Weiblichkeit und Mutterschaft, insbesondere deshalb, weil zwei der Hauptprotagonistinnen Gynäkologinnen sind, die ihre eigenen Beziehungen und Wünsche stets in Auseinandersetzung mit den Fällen ihrer Patientinnen aushandeln. Auch in Sex and the City wird Berufstätigkeit als Selbstverständlichkeit herausgestellt und spielt entsprechend eine weniger entscheidende Rolle für das ‚Glück' der vier Protagonistinnen. Besonders augenscheinlich treten hier internalisierte, feministische Werte wie Selbstbestimmung und Wahlfreiheit hervor – allerdings stets in Bezug zu ihren sexuellen, romantischen, oder freundschaftlichen Beziehungen zu Männern. Dem Feminismus wird hier Rechnung getragen, um ein neues Repertoire an Inhalten zu propagieren, die allesamt suggerieren, letzterer habe seine Aufgabe erfüllt, weshalb es nunmehr legitim sei, Weiblichkeit wieder einzufordern:

„[...] women are endowed with choice so that they can then use their ‚feminist' freedom to choose to re-embrace traditional femininity – white weddings, hen nights, the adoption of the male surname on marriage, etc." (Gill 2007, S. 243).

In Serien wie Beauty and the Beast oder The Good Wife, in denen Beziehungen eine weniger explizite Aushandlung erfahren, wird männliche Hegemonie auf andere Weisen hervorgehoben: so ist es in beiden Fällen ein männlicher Protagonist, um dessen Person bzw. vorausgegangene Handlungen sich die Spielhandlung entfaltet und aufbaut – gewissermaßen als Basis für den Plot und einen Großteil der Entscheidungen der weiblichen Heldinnen.

Abb. 31: Brautkleidanprobe in *Trau Dich!*

Den Grund für die gesteigerte Sichtbarkeit von Hochzeitsritualen und –accessoires sowie die wachsende Relevanz romantischer Liebesbeziehungen in der Populärkultur sieht McRobbie (2011:, S. 97) im Zusammenhang mit der breiten Partizipation von Frauen auf dem Arbeitsmarkt, durch die sie weniger abhängig von Männern werden und somit eine Destabilisierung der Geschlechterhierarchie ermöglicht. Sind Frauen finanziell unabhängig, oder werden diese und ihre Kinder durch den Staat unterstützt, wird der ‚Familienernährer' ersetzt und die (ökonomische) Rolle des Ehemanns überflüssig. In diesem Sinne wird das, was aus ökonomischer Perspektive nicht mehr zentral ist, eben deswegen kulturell unverzichtbar. Darüber hinaus steht die Heiratskultur selbstverständlich auch im Zusammenhang mit der Expansion der Konsumkultur, für welche Frauen die Hauptzielgruppe repräsentieren.
Im Zusammenhang mit dem neoliberalen Imperativ der Individualisierung und Eigenverantwortlichkeit argumentiert Gill (2007, S. 225) nach Ulrich Beck und Elizabeth Beck-Gernsheim (1995), dass
„as the structures of industrial societies break down alongside an increasingly competitive labour market and rising social secularization, traditional sources of security are disappearing fast. In this context, 'romantic love is gaining ever greater significance as a "secular" religion'" (Herv. i. Orig.).

VII Zusammenfassung und Fazit

Ausgehend von meiner Fragestellung, ob und inwiefern der Frauensender Sixx als Agentin, als Subjektivierungsinstanz, postfeministischer Weiblichkeit begriffen werden kann, wie also Weiblichkeit durch Repräsentationen konstruiert, performiert und – einhergehend – welches Wissen durch welche Diskurse vermittelt wird, möchte ich an dieser Stelle eine abschließende Antwort und Interpretation vorbringen.
Wie bereits aus der Deutungsmusterrekonstruktion hervorgehen sollte, unterstelle ich dem Sender hinsichtlich seiner Selbstpositionierung, Programmgestaltung und inhaltlichen Fokussierungen eine deutliche und starke Orientierung an postfeministischen Ideologien, da alle der Analyse zugrunde gelegten Kategorien nach Gill und McRobbie für die Weiblichkeits(-re-)konstruktionen im Sender relevant wurden. Am stärksten traten die Betonung binärer Geschlechterdifferenzen, Weiblichkeit als Körperlichkeit und der starke Fokus auf Selbstoptimierung unter der Prämisse der Selbstermächtigung hervor.
Bezüglich des Vorhabens, Zuschauerinnen durch das Programm in vielfältigen Facetten ‚abzuholen', muss betont bzw. konstatiert werden, dass mittels der Serien- und Filmfiguren zwar durchaus eine Vielfalt an Subjektpositionierungen – vor allem bedingt durch die Berufsorientierung – angeboten wird, diesen aber ein universaler Lebenszusammenhang, universale Begehrensmuster und essentialisierende Charaktereigenschaften zugeschrieben werden. Erfolg im Beruf wird zwar nicht als irrelevant, doch aber als mögliches Hindernis hinsichtlich eines erfüllten Privatlebens repräsentiert. Die Dominanz von romantischen und Hochzeitsdiskursen im Sender kann somit im Sinne des Versuchs einer postfeministischen (Re-)Traditionalisierung von Weiblichkeit interpretiert werden. Die Selbstverständlichkeit und Eindimensionalität weiblicher Attraktivität, zusammen mit den häufig

formulierten Aufforderungen zur Arbeit an der Persönlichkeit mittels eines normkonformen äußeren Erscheinungsbildes, sowie der Aufführung eben dieser, reproduzieren vergeschlechtlichte, heteronormative und rassialisierte Stereotype, die soziale Ungleichheiten festigen (vgl. Thomas 2007, S. 227, in Lünenborg & Maier 2013, S. 112).

Obwohl ausgestattet mit Selbstbewusstsein, Schlagfertigkeit und teilweise hochrangiger beruflicher Position, wird Weiblichkeit unter dieser feministischen Verkleidung (vgl. Gill 2007, S. 82) als grundsätzlich mit Emotionalität, Fürsorge und der über allem stehenden Sorge hinsichtlich einer funktionierenden, romantischen Beziehung ausgestattet konstruiert. Um die symbolische Ordnung nicht zu stören, verweisen artikulierte Hoffnungen (häufig in Frau-zu-Frau-Gesprächen) oder Emotionen geleitete Verhaltensweisen der Figuren stets auf eine implizierte (psychologische bzw. biologische) Natürlichkeit von Weiblichkeit. Durch die Nutzung von Signifikanten normativen Frauseins wird – so möchte ich behaupten – die ‚Gefahr' einer wankenden Geschlechterhierarchie gedämmt. Unterstützt durch den Fokus auf den und die Inszenierung des weiblichen Körper(s), gehüllt in geschlechterdifferenzierende Kleidung, wird sichergestellt, dass „inside every power dresssing feminist is a soft hearted, incurable romantic" (ebd., S. 96).

Die dargebotenen Weiblichkeitskonstruktionen, mittels derer Sixx seine Zuschauerinnen als postmoderne, konsum- und körperorientierte Suchende nach romantischer Liebe ansprechen will, stellen trotz einiger geringfügiger Normabweichungen ein auf binären Unterschieden basierendes Geschlechtersystem fortlaufend her. Die Performativität, also das stetige, ritualisierende Wiederholen und Re-Inszenieren postfeministischer Weiblichkeitsimperative on-screen, bestätigt und stärkt Erwartungen an ein So-Sein (vgl. Villa 2012a, S.48) von Frauen off-screen, das mit ethnischen, geschlechtlichen und klassenspezifischen Ausschlüssen operiert, da die weiße, heterosexuelle, finanziell unabhängige Mittelschichts-Frau als Norm und somit als anerkennungswürdigste Form von kontemporärer Weiblichkeit konstruiert wird.

Jene mit subversivem Potenzial im Sinne einer Überschreitung der Grenzen stereotypisierter Weiblichkeit ausgestatteten Figuren, wie sie in The Good Wife, Body of Proof oder Brothers & Sisters zu finden sind, bleiben im Programm in einer zu geringen Anzahl, als dass sie ausreichend Widerstandskraft besäßen, um gängige Ideologien zu dekonstruieren. In diesem Sinne bleiben jene Weiblichkeitskonstruktionen dominant, die vor allem disziplinierend und kontrollierend im Sinne einer Aufrechterhaltung patriarchaler Hegemonie wirken (sollen).

Dass den Zuschauerinnen, wie in Kapitel IV.1 deutlich geworden sein sollte, Bedeutungen aufgrund der individuellen, diskursiven bzw. sozialen Verortung nicht ‚einfach' aufgezwungen werden können, bedeutet allerdings nicht, dass sie, wie ich im Folgenden argumentiere, als immun gegenüber den normierenden Anrufungen betrachtet werden können. Anschließend an meine Ausführungen bezüglich der psychischen Einschreibungen in Kapitel V. 2 und V. 3, die in einer Selbstführung als Ziel der postfeministischen Gouvernementalisierung resultieren, behaupte ich, dass es ohne ausreichend widerständige Gegenentwürfe – vor allem für jüngere Zuschauerinnen – zunehmend unwahrscheinlicher wird, eine Distanz zu dem Gesehenen im Sinne oppositioneller bzw. ausgehandelter Lesart zu ermöglichen.

Nach Fiske (1999, S. 185) sind reduktionistische Weiblichkeitskonstruktionen in populärkulturellen Produkten notwendig, damit man ihnen ausweichen oder Widerstand leisten kann; gleichzeitig anerkennt er ironische Überzeichnungen oder Metaphern als eine Strategie, Diskurse kollidieren zu lassen und auf diese Weise vielfältige Lesarten zu ermöglichen. Rosalind Gill beschreibt im Gegensatz hierzu, inwiefern „irony, it seems, means never having to say you`re sorry" (2007, S. 212): ein bewusstes, selbstreflexives „Augenzwinkern", wie Sixx es propagiert, verfolgt demnach das Ziel, sexistische oder reaktionäre Repräsentationen zu beschwichtigen, nicht so ernst zu nehmen.

Doch ist es genau dieses Moment, das sich implizit auf den Feminismus als überkomme Politik beruft und eine beruhigende Rückbesinnung anvisiert, mittels derer Frauen „[...] ohne schlechtes Gewissen Vergnügen nachgehen können, die traditionell als typisch weiblich gelten" (McRobbie 2010, S. 44). Es ist genau dieses Moment, das Sexismus[28] als etwas Vergangenes und als etwas, über das wir nun schmunzeln sollten, betrachtet und das, wenn wir uns dieser Anrufung gegenüber offen zeigen, die Internalisierung postfeministischer Ideale und eine (Selbst-)Regulierung durch diese ermöglicht.

Ich behaupte, dass die Möglichkeit oppositioneller, (feministisch) informierter Lesarten einer zeitlichen Begrenzung unterworfen ist, wenn postfeministische Identitätsangebote zunehmend normiert werden und im Rahmen einer Gouvernementalisierung des Symbolischen und einer „leidenschaftlichen Verhaftung" (Butler 2001, S. 11) an hegemoniales Wissen normalisierend wirken. Weitergehend bedeutet dies, dass mit bzw. durch die zunehmende Repräsentation und damit die Normalisierung universaler Weiblichkeitskonstruktionen die Institutionalisierung einer feministischen Melancholie (nach Butlers Konzept der „heterosexuellen Melancholie" in Das Unbehagen der Geschlechter (1991) und Psyche der Macht (2001)), d.h. der unbewusste Verlust alternativer Optionen, im Rahmen hegemonialer Geschlechterkonstruktionen und –hierarchien ermöglicht bzw. verstetigt wird.
Die Rückversicherung von Weiblichkeit über das Instrument der postfeministischen Maskerade ist dabei integraler Bestandteil dieses Prozesses, der über performative Praktiken – Geschlechterrepräsentationen on screen, ebenso wie über diese vermittelten Identitätsanrufungen bzw. Anleitungen zu Handlungen off screen – und einhergehend mit der Platzierung dominanter/ideologischer Vorstellungen, eine neue Form der (Selbst-)Regulierung und Einschränkung weiblicher Subjekte sicherstellt.
Nach Butler (1991, 2001) operieren Subjektivierungsprozesse nämlich über ein Moment diskursiv verfasster Gewalt, da Anrufungsprozesse, also (die eindringlichen) Vorschläge zur Annahme bestimmter, durch gesellschaftliche Wandlungs- und Entwicklungsprozesse und somit mächtige Diskurse festgelegte, Intelligibilität ermöglichende Positionen, einhergehen mit dem Ausschluss anderer möglicher Existenzmöglichkeiten. Zugunsten eines bestimmten So-Seins, das man immer (vorläufig) sein muss, um in spezifischen sozialen Konstellationen anerkennungswürdig zu werden, gibt man gleichzeitig auf, was man nicht ist: „Der Prozess der Subjektformierung ist ein Prozess der Unsichtbarmachung" (Butler 2001, S. 177), da als Effekt der stetigen Wiederholung hegemonialer, dem Subjekt vorgängiger diskursiver Strukturen, ‚Verwerfungen' bestimmter Existenzformen produziert werden, die für das Subjekt einmal möglich waren, aber nun undenkbar geworden sind, oder unwissbar werden: „[...] Etwas wird gesperrt, aber kein Subjekt sperrt es, das Subjekt entsteht selbst als Ergebnis der Sperre" (Butler 1998, S. 196, zit. n. Villa 2012a, S. 49). Als (re-) produzierte Sperrungen, als dem Bewusstsein entzogene Selbst-Entwürfe, verstehe ich in diesem Zusammenhang subversive, dem postfeministischen Ideal widerständige Positionierungen, die durch gegenwärtige, (mediale) Regulierungsprozesse zunehmend verloren gehen, während gleichzeitig Aufmerksamkeitsräume durch „Identitätsverlockungen" (Butler 2001, S. 122) den Subjekten das Gefühl einer beruhigenden Intelligibilität im postfeministischen Rahmen versprechen.
Inwiefern sich diese These im Rezeptionsprozess realisiert, kann nur anhand einer entsprechend umfangreichen Studie untersucht werden.

28 Thomas Eckes (2010, S. 183) folgend, verstehe ich unter Sexismus kategoriegestützte Kognitionen (Stereotype), Affekte (Vorurteile) und Verhaltensweisen (Diskriminierung), die auf einen ungleichen sozialen Status von Männern und Frauen hinwirken. Im Zusammenhang dieser Arbeit ist ein Verständnis der Kopplung von traditionellem Sexismus (gekennzeichnet u.a. durch die Betonung von Geschlechterunterschieden und die Befürwortung herkömmlicher Geschlechterrollen) mit modernem bzw. Neosexismus relevant, der die fortgesetzte Diskriminierung von Frauen in verschiedenen Dimensionen leugnet.

Abschließend bleibt an dieser Stelle zu sagen, dass für Sixx Geschlechterdifferenz ein essentielles, natürliches Faktum darzustellen scheint, das es zu betonen gilt, wobei die weitreichenden Konsequenzen dieses Postulats inklusive einer Konsolidierung sozialer Ungerechtigkeiten und Ungleichheiten unbeachtet bleiben. Besonders prekär erscheint es, dass ausgerechnet ein ‚Frauensender' die Vielfalt weiblicher Subjektivitäten weitgehend unberücksichtigt lässt und „[...] prefeminist ideals are being (seductively) repackaged as postfeminist freedoms" (Probyn 1997, zit. n. Gill 2007, S. 270), womit sich die Figuren in einem stetigen Spanungsverhältnis von (Selbst-) Ermächtigung und Disziplinierung befinden.

„Audience Empowerment" (van Zoonen 1994, S. 151) kann nur funktionieren, wenn die Rolle des Fernsehens bei der Vermittlung gesellschaftlicher Ideologien und Veränderungen ausreichend berücksichtigt wird, denn nur „Bilder von starken Frauen können ermächtigen, politisch bedeutend sein und Widerstand schüren" (Lenzhofer 2006, S. 37).

„Wohl zum ersten Mal in der Geschichte erleben wir gegenwärtig Feminismus – oder vielmehr das, was dafür gehalten wird – nicht (allein) als eine Kraft, die getragen wird von einer sozialen Bewegung, die soziale Bewegung ist, als eine Kraft also, die ‚von unten' agiert, sondern als Bewegung ‚von oben', als Teil dessen, wie wir regiert werden" (Hark & Villa 2010, S. 15, Herv. i. Orig.).

Literatur- und Quellenangaben

Adelmann, R., J.-O. Hesse & J. Keilbach u.a. (Hg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Konstanz 2001.

Angerer, Marie-Louise: Space does Matter. Erste Überlegungen zu einer Neuen Technologie des Geschlechts. In: Feministische Studien: Multimedia, 1/2007, S. 34-47.

Bal, Mieke: Working with concepts. In: Pollock, Griselda (Hg.): Conceptual Odysseys. Passages to Cultural Analysis, London/New York, 2007, S. 1-9.

Bröckling, Ulrich: Das unternehmerische Selbst. Frankfurt a.M. 2007.

Braidt, Andrea B., Gabriele Jutz: Theoretische Ansätze und Entwicklungen in der feministischen Filmtheorie. In: Dorer, Johanna, Brigitte Geiger (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2000, S. 292-306.

Braidt, Andrea B., Gabriele Jutz: Feministische Filmwissenschaft in Österreich. Theoretische Ansätze und Probleme der Institutionalisierung. In: Birghan, Ingvild (Hg.): Innovationen: Standpunkte feministischer Forschung und Lehre, Wien 1999, S. 367-392.

Bührmann, Andrea D., Werner Schneider: Mehr als nur diskursive Praxis? – Konzeptionelle Grundlagen und methodische Aspekte der Dispositivanalyse [51 Absätze]. In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(2), Art. 28. 2007. http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0702281 (02. Oktober 2014).

Butler, Judith: Die Macht der Geschlechternormen und die Grenzen des Menschlichen. Frankfurt a.M. 2007.

Butler, Judith: Psyche der Macht. Das Subjekt der Unterwerfung. Frankfurt a.M. 2001.

Butler, Judith: Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlechts. Frankfurt a.M. 1995.

Butler, Judith: Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt a.M. 1991.

Butterwegge, Christoph, Bettina Lösch & Ralf Ptak (Hg.): Kritik des Neoliberalismus. Wiesbaden 2008.

Cornelißen, Waltraud: Klischee oder Leitbild? Geschlechtsspezifische Rezeption von Frauen- und Männerbildern im Fernsehen. Opladen 1994.

Degele, Nina: Bodification and Beautification. Zur Verkörperung von Schönheitshandeln. In: Sport und Gesellschaft, Jg.1 (2004), Heft 3, S. 244-268.

Doane, Mary Ann: Film und Maskerade. Zur Theorie des weiblichen Zuschauers. In: Weißberg, L. (Hg.): Weiblichkeit als Maskerade, Frankfurt a.M. 1982, S. 66-89.

Dorer, Johanna: Das Internet und die Genealogie des Kommunikationsdispositivs: Ein medientheoretischer Ansatz nach Foucault. In: Hepp, Andreas, Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Wiesbaden 2008, S. 353-365.

Dorer, Johanna: Diskurs, Medien und Identität. Neue Perspektiven in der feministischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Dorer, Johanna, Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2002b, S. 53-78.

Dorer, Johanna: Entwicklung und Profilbildung feministischer Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Dorer, Johanna, Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medien wissenschaft, Wiesbaden 2002a, S. 22-32.

Dorn, Thea: Die neue F-Klasse. München 2006.

Dudeck, Anne, Jansen-Schulz, Bettina: Gender Studies. Das Gender-Diversity-Portal, Leuphana Universität Lüneburg. Aktualisiert 13.August 2013. http://www.leuphana.de/gender-diversity-portal/gender/forschungsbereiche/gender-studies.html (16. Dezember.2014).

Duden, Barbara: Frauen-‚Körper': Erfahrung und Diskurs (1970-2004). In: Becker, Ruth, Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie, Wiesbaden 2004, S. 504-518.

Eckes, Thomas: Geschlechterstereotype. Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth, Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden 2010, S. 178-189.

Engel, Antke: Bilder von Sexualität und Ökonomie. Queere kulturelle Politiken im Neoliberalismus. Bielefeld 2009.

Engländer, Iris, Isabella Groiß, Stefanie Schennach u.a.: Schönheit aus der Sicht des Feminismus. In: Hergovich, Andreas (Hg.): Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive, Wien 2002, S. 65-81.

Ernst, Waltraud: Zur Vielfältigkeit von Geschlecht. Überlegungen zum Geschlechterbegriff in der feministischen Medienforschung. In: Dorer, Johanna, Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2002, S. 33-52.

Faludi, Susan: Backlash. Die Männer schlagen zurück. Reinbek bei Hamburg (1993[1991]).

Fiske, John: Frauen und Quizshows. Konsum, Patriarchat und widerständige Vergnügen. In: Engelmann, Jan (Hg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader, Frankfurt a.M. 1999, S.. 175-186.

Fiske, John: Television Culture. New York 1987.

Foucault, Michel: Archäologie des Wissens. Frankfurt a.M. 1981.

Foucault, Michel: Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt a.M. 1977.

Fraser, Nancy: Neoliberalismus und Feminismus: Eine gefährliche Liaison. In: Blätter für deutsche und internationale Politik 12/2013, S. 29-31.

Fraser, Nancy: Feminismus, Kapitalismus und die List der Geschichte. In: Blätter für deutsche und internationale Politik 8/2009, S. 43-57.

Gerbig, Do.: Prozessual-strategische Subjektivität: Handlungsfähigkeit, politische Bündnisse und Widerstand aus queer-feministischer Sicht [Exposé für eine Dissertation, 10 Absätze]. In: Feministisches Institut Hamburg. Analysen, Positionen & Beratung Online. 2009. http://www.feministisches-institut.de/prozessual-strategisch/ (08. Juli 2014).

Gildemeister, Regina: Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In: Becker, Ruth, Kortendiek, Beate (Hg.): Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden und Empirie, Wiesbaden 2008, S.. 135-146.

Gill, Rosalind: Gender and the Media. Cambridge 2007.

Gille, Annette Silvia: Von der Diskurs- zur Dispositivanalyse: Die Konstruktion von sex, gender und desire in Angeboten des Reality-TV. In: Dreesen, Philipp, Lukasz Kumiega & Konstanze Spieß (Hg.): Mediendiskursanalyse, Wiesbaden 2012, S. 169-187.

Goetz, Judith: Die Selbstverständlichkeit ist gestört [15 Absätze]. In: anschlaege.at, 24. Juni 2013. http://anschlaege.at/feminismus/2013/06/die-selbstverstandlichkeit-ist-gestort/ (01. Dezember 2014).

Haas, Birgit (Hg.): Der postfeministische Diskurs. Würzburg 2006.

Hall, Stuart: Cultural Representations and Signifying Practices. London 1997.

Hark, Sabine, Villa, Paula-Irene: Selber schuld? Feministische Ambivalenzen der Gegenwart – und eine Replik auf Bascha Mika. In. Blätter für deutsche und internationale Politik 4/2011, S. 111-120.

Hark, Sabine, Villa, Paula-Irene: Ambivalenzen der Sichtbarkeit – Einletung zur deutschen Ausgabe. In: ders. (Hg.): Angela McRobbie: Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes, Wiesbaden 2010, S. 7-16.

Hausotter, Jette: Zwischen Emanzipation und Einpassung. Postfeministische Verwicklungen in Politik und Popkultur. In: Feministisches Institut Hamburg. Analysen, Positionen & Beratung. 2010. http://www.feministisches-institut.de/postfeministische-verwicklungen/ (16.Oktober 2014).

Hipfl, Brigitte: Inszenierungen des Begehrens: Zur Rolle der Fantasien im Umgang mit Medien. In: Hepp, Andreas, Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Wiesbaden 2008, S. 139-153.

Hipfl, Brigitte, Klaus, Elisabeth: Einleitung. In: Hipfl, Brigitte, Elisabeth Klaus & Uta Scheer (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien, Bielefeld 2004, S. 9-15.

Hipfl, Brigitte: Desperate Housewives – (De-)Konstruktion eines postfeministischen Mythos? In: Ernst, Waltraud, Bohle, Brigitte (Hg.): Geschlechterdiskurse zwischen Fiktion und Faktizität. Hamburg 2006, S. 100-117.

Hipfl, Brigitte: Zuschauen, Rezipieren, Partizipieren? Ein Forschungsbericht. In: Haug, Frigga, Hipfl, Brigitte (Hg.): Sündiger Genuß? Filmerfahrungen von Frauen, Hamburg 1995, S. 148-171.

Irigay, Luce: Speculum. Spiegel des anderen Geschlechts. Frankfurt a.M. 1980.

Isbister, Georgina: Sex and the City: a postfeminist fairy tale. Conference Paper. Annual Conference of the Cultural Studies Association of Australia (CSAA). 2008. http://w3.unisa.edu.au/cil/csaa/files/isbister_edited_version.pdf (16.12.2014).

Jaggar, Alison M., MacBride, William L. : Reproduktion als männliche Ideologie. In: List, Elisabeth, Studer, Herlinde (Hg.): Denkverhältnisse. Feminismus und Kritik, Frankfurt a.M. 1989, S. 133-163.

Jagose, Annemarie: Queer Theory. Eine Einführung. Berlin 2001.

Jäger, Siegfried: Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In: Keller, Rainer, A. Hirseland, W. Schneider u.a. (Hg.): Handbuch sozialwis senschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden, Wiesbaden 2006, S. 83-115.

Karis, Tim: Massenmediale Eigenlogiken als diskursive Machtstrukturen. Oder: Ich lasse mir von einem kaputten Fernseher nicht vorschreiben, wann ich ins Bett zu gehen habe! In: Dreesen, Philipp, Lukasz Kumiega & Konstanze Spieß (Hg.): Mediendiskursanalyse, Wiesbaden 2012, S. 47-74.

Kauppinen, Kati: Subjects of Risk. Neoliberale Gouvernementalität in einer gegenwärtigen Frauenzeitschrift. . In: Dreesen, Philipp, Lukasz Kumiega & Konstanze Spieß (Hg.): Mediendiskursanalyse, Wiesbaden 2012, S, 189-206.

Keller, Reiner, Werner Schneider & Willy Viehöver (Hg.): Diskurs – Macht – Subjekt. Theorie und Empirie von Subjektivierung in der Diskursforschung. Wiesbaden 2013.

Keller, Reiner: Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. Wiesbaden 2011.

Keller, Reiner: Diskurse und Dispositive analysieren. Die Wissenssoziologische Diskursanalyse als Beitrag zu einer wissensanalytischen Profilierung der Diskursforschung [46 Absätze]. In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(2), Art. 19. 2007. http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0702198 (02.Oktober 2014).

Keller, Reiner: Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms. Wiesbaden 2005.

Kerner, Ina: Konstruktion und Dekonstruktion von Geschlecht. Perspektiven für einen neuen Feminismus. In: gender-politik-online.de. 2007. http://web.fu-berlin.de/gpo/ina_kerner.htm (01. Oktober 2014).

Klaus, Elisabeth, Lünenborg, Margareth: Zwischen (Post-)Feminismus und Antifeminismus. Reflexionen zu gegenwärtigen Geschlechterdiskursen in den Medien. In: Gender. Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, 2/2013, S. 78-93. 2013. http://www.budrich-journals.de/index.php/gender/article/view/12898 (16. Dezember 2014).

Klaus, Elisabeth: Verschränkungen: Zum Verhältnis von Cultural Studies und Gender Studies. In: Hepp, Andreas, Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Wiesbaden 2008, S. 201-218.

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wien 2005.

Klaus, Elisabeth: Perspektiven und Ergebnisse der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis. Jg. 25, Nr. 61, 2002, S. 11-31.

Klaus, Elisabeth: Revolutioniert Multimedia die Geschlechterbeziehungen? In: Feministische Studien, 15/1, 1997, S. 7-20.

Krieg, Michaela, Spitzendobler, Stefanie: Stereotype Darstellungen von Kommissarinnen im Tatort. Projektbericht im Rahmen des Masterseminars „Fernsehen in Europa: Strukturen, Programme, Inhalte". In: kommunikation.medien, 2. Ausgabe. 2013. http:journal.kommunikation-medien.at/2013/05/stereotype-darstellungen-von-kommissarinnen-im-tatort/ (26.Juni 2014).

Küchenhoff, Erich: Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart 1975.

Lauretis, Teresa de: Die Technologie des Geschlechts. In: Scheich, Elvira (Hg.): Vermittelte Weiblichkeit. Feministische Wissenschafts- und Gesellschaftstheorie, Hamburg 1996, S. 57-93.

Lemke, Thomas, Susanne Krasmann & Ulrich Bröckling: Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung. In: ders. (Hrsg.): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen, Bielefeld 2000, S. 7-34.

Lenzhofer, Karin: Chicks Rule! Die schönen neuen Heldinnen in US-amerikanischen Fernsehserien. Bielefeld 2006.

Ludwig, Gundula: Geschlecht regieren. Zum Verhältnis von Staat, Subjekt und heteronormativer Hegemonie. Frankfurt a.M. 2011.

Lünenborg, Margreth, Maier, Tanja: Gender Media Studies. Konstanz/München 2013.

Maier, Tanja: Gender und Fernsehen. Bielefeld 2007.

McRobbie, Angela: Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. Wiesbaden 2010.

McRobbie, Angela: Bridging the Gap. Feminismus, Mode und Konsum. In: Engelmann, Jan (Hg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader. Frankfurt a.M.1999, S. 202-220.

McRobbie, Angela: Postmodernism and Popular Culture. London 1994.

Merlitsch, Kirstin: Karriere, Klasse, Konkurrenz [12 Absätze]. In: anschlaege.at, 28. August 2013. http://anschlaege.at/feminismus/2013/08/karriere-klasse-konkurrenz/ (21. November 2014).

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz/München 2008.

Mulvey, Laura: Afterthoughts on ‚Visual Pleasure and Narrative Cinema' inspired by King Vidor's Duel in the Sun (1946). In: Thornham, Sue (Hg.): Feminist Film Theory. A Reader, Edinburgh, 1981, S. 122-130.

Mulvey, Laura (1975): Visual Pleasure and Narrative Cinema. In: Screen, Jg. 16, Heft 3, 1975, S. 6-18.

Ptak, Ralf: Die Ursprünge des Neoliberalismus. In: Butterwegge, Christoph, Bettina Lösch & Ralf Ptak (Hg.): Kritik des Neoliberalismus, Wiesbaden 2008, S.13-15.

Pühl, Katharina: Zur Ent-Sicherung von Geschlechterverhältnissen, Wohlfahrtsstaat und Sozialpolitik. Gouvernementalität der Entgarantierung und Prekarisierung. In: Meyer, Katrin, Patricia Purtschert & Ives Winter (Hg.): Gouvernementalität und Sicherheit. Zeitdiagnostische Beiträge im Anschluss an Foucault, Bielefeld 2008, S. 103-126.

Reckwitz, Andreas: Subjekt. Bielefeld 2012.

Rivière, Joan: Womanliness as a Masquerade. In: Burgin, Victor, James Donald & Cora Kaplan (Hg.): Formations of Fantasy, London/New York 1986, S. 35-61.

Röser, Jutta, Klaus, Elisabeth: Fernsehen und Geschlecht. Geschlechtsgebundene Kommunikationsstile in der Medienrezeption und -produktion. In: Marci-Boehncke, Gudrun, Petra Werner & Ulla Wischermann (Hg.): BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung, Weinheim 1996, S. 37-61.

Röser, Jutta: Der Pressejournalismus als Konstrukteur männlicher Dominanz. Geschlechterverhältnisse auf den Hauptnachrichtenseiten deutscher Tageszeitungen – eine Zwölf-Wochen-Analyse. In: Journalistinnenbund (Hg.): Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005, Bonn 2006, S. 27-36.

Sabisch, Katja: Spielarten des Postfeminismus: Die „riot grrrl"-Bewegung. In: yumpu.com. 2002. https://www.yumpu.com/de/document/view/3490930/spielarten-des-postfeminismus-die-aeurzriot-grrrl-ladyshake (21. November 2014).

Schade, Sigrid & Silke Wenk (Hg.): Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld. Bielefeld 2011.

Schaffer, Johanna: Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld 2008.

Schaffer, Johanna: Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Arbeit an den visuellen Strukturen der Anerkennung. Promotionsschrift. Carl von Ossietzky Universität Oldenburg 2007.

Schneider, Irmela: Zur Archäologie der Mediennutzung. Zum Zusammenhang von Wissen, Macht und Medien. In: Becker, Barbara, Wehner, Josef (Hg.): Kulturindustrie reviewed. Ansätze zur kritischen Reflexion der Mediengesellschaft, Bielefeld 2006, S. 83-100.

Spieß, Konstanze: Das Dispositiv als Erweiterungspostulat linguistischer Diskursanalyse – ein Vorschlag zur Analyse öffentlich-politischer Mediendiskurse. In: Dreesen, Philipp, Lukasz Kumiega & Konstanze Spieß (Hg.): Mediendiskursanalyse, Wiesbaden 2012, S. 77-111.

Stauff, Markus: Das neue Fernsehen. Machtanalyse, Gouvernementalität und digitale Medien. Münster 2005.

Stehling, Miriam: Die ‚Unternehmerin ihrer selbst' im Reality TV: Geschlechtsspezifische Anrufungsweisen und deren Aushandlung in der Casting Show „Germany´s Next Topmodel". In: Thomas, Tanja, Steffi Hobuß, Merle-Marie Kruse u.a. (Hg.): Dekonstruktion und Evidenz – Ver(un)sicherungen in Medienkulturen, Sulzbach/Taunus 2011, S. 112-129.

Strauss, Anselm, Corbin, Juliet: Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim 1996.

Strübe, Andrea: Ist der Feminismus erledigt? In: kritisch-lesen.de. Buchrezension. 07. Juli 2011. http://www.kritisch-lesen.de/ausgabe/entwicklungen-feministischer-politiken (22. November 2014).The European (vgl. The European 2013). http://www.theeuropean.de/joerg-friedrich/5823-high-heels-kopftuch-und-sexualisierung (27.11.2014).

Thomas, Tanja: Feministische Medien- und Kommunikationswissenschaft. Positionen zu Gesellschaftskritik, Erkenntniskritik und Emanzipationsvision. In: Karmasin, Matthias/ Matthias Rath & Barbara Thomaß (Hg.): Normativität in der Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden 2013, S. 397-420.

Thomas, Tanja (2007): Showtime für das ‚unternehmerische Selbst' – Reflexionen über Reality-TV als Vergesellschaftungsmodus. In: Mikos, Lothar, Dagrmar Hoffmann & Rainer Winter (Hg.): Mediennutzung, Identität und Identifikation: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen, Weinheim/München 2007, S. 51-65.

Trischak, Evamaria: Filmtheorien und Gender. In: Cinetext film & Philosophy Online. 2002. http://cinetext.philo.at/magazine/trischak/filmtheorien_und_gender.html (02. Oktober 2014).

Ullrich, Peter: Diskursanalyse, Diskursforschung, Diskurstheorie. Ein- und Überblick. In: Freikamp, Ulrike, Matthias Leanza, Janne Mende u.a. (Hg.): Kritik mit Methode? Forschungsmethoden und Gesellschaftskritik, Berlin 2008, S. 19-32.

Villa, Paula-Irene: Subjekte und ihre Körper. Kultursoziologische Überlegungen. In: Graf, Julia, Kristin Ideler & Sabine Klinger (Hg.): Geschlecht zwischen Struktur und Subjekt. Theorie, Praxis, Perspektiven, Opladen 2013, S. 59-78.

Villa, Paula Irene, Julia Jäckel, Julia Pfeiffer u.a (Hg.): Banale Kämpfe? Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht. Wiesbaden 2012d.

Villa, Paula-Irene: Rohstoffisierung. Zur De-Ontologisierung des Geschlechtskörpers. In: John, René, Jana Rückert & Elena Eposito (Hg.): Ontologien der Moderne, Wiesbaden 2012c, S. 225-239.

Villa, Paula-Irene: Gender Studies. In: Moebius, Stephan (Hg.): Kultur. Von den Cultural Studies bis zu den Visual Studies. Eine Einführung, Bielefeld 2012b, S. 48-62.

Villa, Paula-Irene: Judith Butler. Frankfurt a.M. 2012a.

Villa, Paula-Irene: Endlich normal! Soziologische Überlegungen zur medialen Inszenierung der plastischen Chirurgie. In: Thomas, Tanja (Hg.): Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz, Wiesbaden 2008b, S. 87-103.

Villa, Paula-Irene: Habe den Mut, dich deines Körpers zu bedienen! Thesen zur Körperarbeit in der Gegenwart zwischen Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung. In: (ders.) (Hg.): Schön normal. Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst, Bielefeld 2008a, S. 245-272.

Volkmann, Maren: Frauen und Popkultur. Feminismus, Cultural Studies, Gegenwartsliteratur. Bochum 2011.

Voß, Katharina: Sexism sells. Postfeminismus und antifeministischer Backlash. Webblog. 2005. http://sexism-sells.s036.net/Postfeminismus.html (21. November 2014).

Wedl, Juliette: Medien in der Triade von Wissen, Macht und Subjektivierung. Der Nutzen Foucaults Gouvernementalitätstheorie für eine diskursanalytische Medienanalyse. Vortrag auf der Tagung „Theorien und Methoden der sprach- und diskursbezogenen Produktforschung". Trier 2008. http://www.strategiespielen.de/wordpress/wp-content/j_wedl_medien_als_regierungstechnologien.pdf (16. Dezember 2014).

Weiderer, Monika: Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung mit Spielhandlung von ARD, ZDF und RTL plus. In: Medienpsychologie, Jg. 6, Heft 1, 1994, S. 15-34.

Werner, Petra & Lars Rinsdorf: Ausgeblendet? – Frauenbild und Frauenthemen im nordrhein-westfälischen Lokalfunk. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien in NRW. Opladen 1998.

West, Candace, Zimmerman, Don H.: Doing Gender. In: Gender and Society, Vol. 1, No. 2, 1987, S. 125-151. http://www.jstor.org/stable/189945.

Winter, Rainer: Godard for ever. Dekonstruktion des Medienspektakels. In: Becker, Barbara, Wehner, Josef (Hg.): Kulturindustrie reviewed. Ansätze zur kritischen Reflexion der Mediengesellschaft, Bielefeld 2006, S. 193-214.

Winter, Rainer & Lothar Mikos (Hg.): Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader. Bielefeld 2001.

Winter, Rainer: Spielräume des Vergnügens und der Interpretation. Cultural Studies und die kritische Analyse des Populären. In: Engelmann, Jan (Hg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader, Frankfurt a.M. 1999, S. 35-48.

Zoonen, Liesbet van: Feminist Media Studies. London 2007.

Sixx-Materialien/Quellen

Feldmer, Simon: Freisaufende Hühner. In: sueddeutsche.de. 06. September 2011.http://www.sueddeutsche.de/medien/tv-sender-sixx-freisaufende-huehner-1.1139324 (26.Juni 2014).

Milewski, Michael: Federvieh fürs Frauenfernsehen. In: Absatzwirtschaft 3/2013, Sonderausgabe zum Markenaward, S. 44-46. http://www.absatzwirtschaft.de/content/_p=1004040,an=031312012,tp=neue Marke (11. Juli 2014)

SevenOneMedia. Plattformen: sixx. https://www.sevenonemedia.de/plattformen_tv_sixx;jsessionid=5D6397D68041BCF453D638E3E91CEEF0.b2bp-1 (26. Juni 2014).

SIXX Quotenmeter. 2014. http://www.quotenmeter.de/n/70955/sixx-flirtdoku-legt-beachtenswerten-start-hin.

Zarges, Torsten: Wir wollen eine eigene Entertainment-Show ausprobieren. DWDL.de-Interview mit Sixx-Chefin Eun Kyung Park. In: DWDL. de. 2014. http://www.dwdl.de/interviews/44511/wir_wollen_eine_eigene_entertainmentshow_ausprobieren/ (16. Dezember 2014).

Alle Pressemitteilungen zugänglich unter http://www.prosiebensat1.de/de/presse/pressemeldungen/alle-pressemitteilungen (04. Januar 2015).

Abbildungsverzeichnis

Nummer/Titel der Abbildung	Seite
1 Das Encode/decode- Modell	31
2 Ausschnitt des offiziellen Sixx-Trailers 2014 (sevenonemedia.de)	50
3 Werbung für die Serie *The Vampire Diaries*	51
4 Jahresmarktanteile der Jahre 2011-2014, erhalten aus der Zuschauer_innenredaktion	55
5 Annabeth (*Hart of Dixie*) mit perfektem Lidstrich nach dem Aufstehen	59
6 Lemon (*Hart of Dixie*) perfekt gestylt und (selbst-)diszipliniert	59
7 Elena (*Bitten*)	61
8 Elena (*Bitten*)	61
9 Psychiaterin Dr. Violet Turner und Neonatologin Dr. Addison Montgomery (*Private Practice*)	61
10 Pathologin Dr. Megan Hunt (*Body of Proof*)	62
11 Pathologin Dr. Megan Hunt (*Body of Proof*)	62
12 Privatdetektivin Kalinda bei Ermittlungen in *The Good Wife*	63
13 Privatdetektivin Kalinda bei Ermittlungen in *The Good Wife*	63
14 Ahsha (*Hit the Floor*) und ihr Bewunderer	64
15 Die „Devil Girls" (*Hit the Floor*) bei einem Auftritt	64
16 Kandidatin Forest vor und nach der Transformation bei *How Do I Look?*	65
17 Kandidatin Forest vor und nach der Transformation bei *How Do I Look?*	66
18 *Curvy Girl* beim Shooting	67
19 *Sixx Quickies*: Zeigt die Diät schon Wirkung?	67
20 Der Jeans „Grapsch-Test" (lt. Sixx)	67
21 Stolze *Dance Mom* mit ihrer Tochter	68
22 Sexualisierter Tanzauftritt junger Mädchen	68
23 Geschlechterdifferenzierte Hochzeitsplanungen in *Trau' Dich!*	69
24 Geschlechterdifferenzierte Hochzeitsplanungen in *Trau' Dich!*	69
25 Frauen und Männer in *Hart of Dixie*	71
26 Frauen und Männer in *Hart of Dixie*	71
27 „Und, was soll ich tun…?" in *Bitten*	72
28 Familienglück in *Rezept zum Verlieben*	73
29 Charlotte kann nicht schlafen, in *Private Practice*	73
30 Aufregung vor der Hochzeit in *Hart of Dixie*	74
31 Brautkleidanprobe in *Trau' Dich!*	75

Anlage I: Datenkorpus / Materialauswahl

Auflistung Fernsehsendungen 14.-28. Juli 2014

Transparent: Vor(-Mittags)- und Nachmittags-Programm (mehrmals täglich ausgestrahlte Serien/Sendungen werden nur einmalig genannt)

Farbig: Abendprogramm bis Mitternacht (gelb=Montag, Grün=Dienstag etc.)

Grau: in der jeweils anderen Woche

Woche 1

Brothers&Sisters	Montag
Anna und die Liebe	Dienstag
Eine himmlische Familie	Donnerstag
Beverly Hills 90210	Dienstag
Emergency Room	
Private Practice	
Grey´s Anatomy	
Sixx Quickie	Montag
Trau dich!	Mittwoch
Mein perfektes Hochzeitskleid	
Die perfekte Hochzeit	
Dance Moms	Mittwoch
Hart of Dixie	
Sex and the City	
Drop Dead Diva	
Body of Proof	
Grey´s Anatomy	
Emergency Room	
Good Wife	
Cesar Millan	
Baby Boom – tierischer Nachwuchs	
Der Hund oder ich!	
Vampire Diaries	
Moonlight	
Sex and the City	
Charmed – Zauberhafte Hexen	
Medium- Nichts bleibt verborgen	
Sweet & Easy – Enie backt (Sa.)	Samstag
Jamies 15 Minuten Menüs (Sa.)	
Gossip Girl (Sa.)	Samstag
Nachbarn süß-sauer	
All You Need Is Love – Meine Schwiegertochter ist ein Mann	
Sabrina – Total Verhext (So.)	
Wer ist die Braut?	
My Bollywood Bride	

Woche 2

Brothers&Sisters	
Anna und die Liebe	
Eine himmlische Familie	
Beverly Hills 90210	
Emergency Room	Donnerstag
Private Practice	Donnerstag
Grey´s Anatomy	Mittwoch
Sixx Quickie	
How Do I Look?	Freitag
Mein perfektes Hochzeitskleid	Dienstag
Die perfekte Hochzeit	Dienstag
Dance Moms	
Rachel Khoo: Paris in meiner Küche	Freitag
Hart of Dixie	
Sex and the City	
Drop Dead Diva	
Body of Proof	
Grey´s Anatomy	
Emergency Room	
Good Wife	
Cesar Millan	
Baby Boom – tierischer Nachwuchs	
Der Hund oder ich!	
Vampire Diaries	
Moonlight	
Sex and the City	
Charmed – Zauberhafte Hexen	
Medium- Nichts bleibt verborgen	
Sweet & Easy – Enie backt (Sa.)	
Jamie and Jimmy´s Food Fight Club (Sa.)	Samstag
Gossip Girl (Sa.)	
Rezept zum Verlieben	
Einfach Unwiderstehlich	
Sabrina – Total Verhext (So.)	Sonntag
Die blaue Lagune	
Rückkehr zur blauen Lagune	

Aufnahmen nach dem ausgewählten Zeitraum

The Originals	Freitag, 15.08.2014 & 29.08.2014
Bitten	Freitag, 15.08.2014 & 29.08.2014
Film Liebe in anderen Umständen	Samstag, 16.08.2014
Film Film: Nein! Aus! Pfui! Ein Baby an der Leine	Samstag, 16.08.2014
How Do I Look?	Sonntag, 17.08.2014
Hit The Floor	Montag, 18.08.2014 & 01.09.2014

Mission: Makeover	Mittwoch, 20.08.2014 & 03.09.2014
Curvy Girls	Mittwoch, 20.08.2014 03.09.2014
Beauty and the Beast	Donnerstag, 28.08.2014
Buffy – im Bann der Dämonen	Donnerstag, 28.08.2014
Beverly Hills 90210	Freitag, 29.08.2014
Film: Philadelphia	**Sonntag, 31.08.2014**
Sex and the City	**Montag, 01.09.2014**

Gesamtes Datenkorpus

Woche 1, 14.07.-20.07.2014

Montag, 14.07.2014
1. Brothers & Sisters, 6:20 Uhr: „Ranch zu verkaufen"
2. Sixx Quickie, 12:00 Uhr: „Der Frauen-Wissens-Quickie – die Nebenbei-Diät"
3. Sex and the City, 20:15 Uhr: „Es werde Licht", „Der Igitt-Faktor"
4. Drop Dead Diva, 23:30 Uhr, „Intimitäten"

Dienstag 15.07.2014
1. Anna und die Liebe, 6:55 Uhr: „Die letzte Chance"
2. Beverly Hills, 90210, 8:40 Uhr: „Eine Welt voll Angst"
3. Sixx Quickie, 15:35 Uhr: „Der Sixx-Fashion-Quickie – die Knack-Po-Jeans"

Mittwoch, 16.07.2014
1. Trau dich!, 12:15 Uhr (Alfreyda&Tedric)
2. Dance Moms, 14: 45 Uhr

Donnerstag, 17.07.2014
1. Eine himmlische Familie, 07:55 Uhr: „Worte und Taten"
2. The Vampire Diaries, 20:15 Uhr: „Wem die Stunde schlägt", „Der Tod steht ihr gut"
3. Moonlight, 23:05 Uhr: „Was zurück bleibt…"

Freitag, 18.07.2014

/

Samstag, 19.07.2014
1. Sweet & Easy – Enie backt, 13:30 Uhr: „Sweet & Easy & very berry"
2. Gossip Girl, 15 Uhr: „Das Spiel geht weiter"
3. Film: Nachbarn süß-sauer, 20:15 Uhr
4. Film: All You Need Is Love – Meine Schwiegertochter ist ein Mann, 22:05 Uhr

Sonntag, 20.07.2014
1. Film: Wer ist die Braut?, 20:15 Uhr
2. Film: My Bollywood Bride, 22:00 Uhr

Woche 2, 21.07-27.07.2014

Montag, 21.07.2014
Hart of Dixie, 20:15 Uhr: „Stuck", „Second Chance"

Dienstag, 22.07.2014
1. Mein perfektes Hochzeitskleid – Atlanta, 13:10 Uhr
2. Die perfekte Hochzeit!, 13:40 Uhr
3. Body of Proof, 20:15 Uhr: „Verrückte Wahrheit"
4. Good Wife, 23:05 Uhr: „Frauensache"

Mittwoch, 23.07.2014
1. Greys Anatomy, 19.20 Uhr: „Genug ist genug"

Donnerstag, 24.07.2014
1. Private Practice, 17:25 Uhr. „Charlotte kann nicht schlafen"
2.. Emergency Room, 18.20 Uhr: „Makemba"

Freitag, 25.07.2014
1. How do I look?, 11:55 Uhr
2. Rachel Khoo – Paris in meiner Küche
3. Charmed – Zauberhaft Hexen, 21:30 Uhr: „Ein hoher Preis", „Identitätskrise"
4. Medium – Nichts bleibt verborgen, 23:15 Uhr: „Meines Bruders Hüter"

Samstag, 26.07.2014
1. Jamie and Jimmy´s Food Fight Club, 14:00 Uhr
2. Film: Rezept zum Verlieben, 20:15 Uhr
3. Film: Einfach unwiderstehlich, 22:25 Uhr

Sonntag, 27.07.2014
1. Sabrina – total verhext, 5:25 Uhr
2. Film: Die blaue Lagune, 20:15 Uhr
3. Film: Rückkehr zur blauen Lagune, 22:25 Uhr

Ausgewählte Serien und Filme über den ausgewählten Zeitraum hinaus (neu im Programm, bzw. erwartet aufschlussreich bzgl. der Fragestellung)

Freitag, 15.08.2014
1. The Originals, 20:15 Uhr: „Hexen vs. Vampire"
2. Bitten, 21:10 Uhr: „Stonehaven"

Samstag, 16.08.2014
1. Film Liebe in anderen Umständen 20:15 Uhr
2. Film: Nein! Aus! Pfui! Ein Baby an der Leine, 22.10 Uhr

Sonntag, 17.08.2014
1. How Do I Look? Der Fall Forest, 09:38 Uhr

Montag, 18.08.2014
1. Hit The Floor, 21:10 Uhr: „Auftakt"

Mittwoch, 20.08.2014
1. Mission: Makeover, 20:15 Uhr
2.Curvy Girls, 22:15 Uhr

Donnerstag, 28.08.2014
1. Beauty and the Beast, 21:10 Uhr: „Verbotene Liebe"
2. Buffy, 22:05 Uhr: „Noch einmal mit Gefühl", „Tabula Rasa"

Freitag, 29.08.2014
1. Beverly Hills 90210, 09:08 Uhr: „Liebe, Triebe und der ganze Rest"
2. The Originals, 20:15 Uhr: „Sünder und Heilige"
3. Bitten, 21:10 Uhr: „Der Eindringling"

Sonntag, 31.08.2014
Film: Philadelphia: 20:15 Uhr

Montag, 01.09.2014
1. Sex and the City, 20:15 Uhr: „Wunder der Technik", „Die Baby-Party"
2. Hit the Floor, 21.15 Uhr: „Positionswechsel"

Mittwoch, 03.09.2014
1. Mission: Makeover: 20:15 Uhr
2. Curvy Girls: 22:15 Uhr

Auswahl für die Feinanalyse (18 aus 50)
Serien:

- Hart of Dixie, 21.07.2014
- Trau dich!, 16.07.2014
- How do I look?, 17.08.2014
- Sweet & Easy – Enie backt, 19.07.
- Bitten, 15.08.2014
- Beverly Hills 9020, 15.07.
- Private Practice, 24.07.2014
- Curvy Girls, 20.08.2014
- Good Wife, 22.07.2014
- Sex and the City, 01.09.2014
- Body of Proof, 22.07.2014
- Brothers & Sisters, 14.07.2014
- Hit the Floor, 18.08
- Beauty and the Beast, 28.08.2014
- Dance Moms, 16.07.2014
- Sixx-Quickie´s, 14.07. & 15.07.2014

Filme:

- Rezept zum Verlieben, 26.07.2014
- All you need is Love, 19.07.2014

Anlage IIa: Beantwortete Fragebögen von a) der Sendersprecherin, b)der Zuschauer_innen-Redaktion

a) Fragebogen, ausgefüllt von der Sixx-Sprecherin (28. Juli 2014)

1. Allgemeine Fragen zum Produkt:

- Vor welchem Hintergrund ist der Sender SIXX entstanden – gab es den expliziten Bedarf nach einem „Frauensender"?
  Bitte die Infos den Pressemitteilungen zum Start entnehmen.
- Wie hoch sind die durchschnittlichen Marktanteile des Senders – gab es signifikante Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr/den Vormonaten?
  Bitte den Quotenmeldungen entnehmen.
- Welche der derzeitig gezeigten Sendungen laufen besonders erfolgreich/zeigen die meisten Quoten?
  Besonders erfolgreich laufen die Erstausstrahlungen unserer Mystery-Serien wie z.B. „Vampire Diaries" oder „Witches of East End", aber auch unsere Eigenproduktionen wie „Sweat & easy - Enie backt" sowie unsere Kultserien wie z.B. „Grey's Anatomy" oder „Sex and the City".
- Haben Sie Informationen über die ZuschauerInnenzusammensetzung (z.B. Alter, Beruf)? Schauen auch Männer SIXX? Unsere Kernzielgruppe sind Frauen zwischen 14 und 39 Jahre. Aber natürlich schauen auch Männer zu. *(Anm.: Genauere Infos zur Zuschauerzusammensetzung dürfen wir aus rechtlichen Gründen leider nicht herausgeben.)*

2. Fragen zu Inhalt und Programm

- Wer ist verantwortlich für die Inhalte/die Auswahl der Sendungen im Programm? Wie hoch ist der Frauenanteil im verantwortlichen Team? Die Programmauswahl wird im Team entschieden. Für sixx arbeiten viele Männer und Frauen bei ProSiebenSat.1. Die Geschäftsführerin ist eine Frau, der Strategy Officer ein Mann usw.
- Was sind die Kriterien für die Auswahl der Formate bzw. Sendungen und wie begründen Sie die Themenwahl (Hochzeit, Schönheit/Shopping/Styling, Kochen)? Sind diese Dinge das, „was Frauen wollen" (lt. Positionierung des Senders/SevenOneMedia)? Worauf basieren Ihre Informationen? Wichtig ist bei unseren Serien, dass mindestens eine starke weibliche Protagonistin im Mittelpunkt steht, die auch polarisieren darf, aber mit der man sich als Frau identifizieren kann. Im Bereich Dokutainment lieben es die Zuschauerinnen abwechslungsreich – und gern mit einem Augenzwinkern: Wir sind mit Hochzeiten, Backen mit Enie, Kochen mit Jamie, aber auch mit Hundeerziehung oder Tattoo-Verschönerung erfolgreich. Beim Backen und Kochen darf der Service-Faktor nicht fehlen, allerdings mit einer gewissen Leichtigkeit: Enie backt mit Spaß, und die Rezepte kann jeder leicht nachbacken.
  Nach unserer Erfahrung wünschen sich Frauen, dass man sie als Zuschauer eng begleitet, sowohl bei einer TV-Sendung, als auch mit der Marke sixx. Wir nutzen gezielt Online und Social Media als Möglichkeit, ihnen zusätzliches Wissen zum Programm, aber auch eigene neue Rubriken zu bieten. Auf der sixx.de finden Sie zu vielen Programmen Extramaterial wie

Videoclips und z.B. Rezepte von Enie oder Jamie Oliver oder auch Extraclips, in denen unsere Sex-Expertin Paula Lambert Tipps fürs Liebesleben gibt.

- Wir als Sender nutzen Social Media aktiv als Rückkanal und nehmen die Wünsche, als auch entstehende Trends sehr ernst und lassen sie in unsere Programmüberlegungen einfließen. Das spüren unsere Zuschauer immer mehr und honorieren es mit einer starken Bindung, die man sowohl an der Engagement-Rate auf Facebook, als auch den Online-Abrufen, bzw. an positiven Mails sehen kann.

- Warum gibt es keine Dokumentationen oder Informationssendungen (z.B. Informationen über aktuelle – spezifisch Frauen betreffende – politische Diskurse/Entwicklungen)?

- Welche Bedeutung hat die Henne/das Testimonial? Hat es hier mit einer Analogie von Frauen/"Chicks" zu tun? *Siehe Pressemitteilung zur Kampagne.*

- Was sind die Gründe für den geringen Anteil an Eigenproduktionen des Senders bzw. die Übernahme von Formaten aus USA/Großbritannien?
  Wie auch andere Privatsender zeigt sixx einen Mix aus Eigenproduktionen und Lizenz-Einkäufen. Nach „Enie backt" und „Paula kommt" dreht sixx derzeit die neue Eigenproduktion „Sexy Beasts".
- Was ist ihre Position zu der Kritik, dass Frauen im Inhalt des Senders auf bestimmte Positionen reduziert (Mutter, Ehefrau, Konsumentin…) bzw. Klischees bedient würden?
  Diese Kritik bekommen wie eher selten.
- Aufgrund Ihrer Erfahrungen: Wie wird sich SIXX weiterentwickeln (Inhalt, Absatz etc.)?

---

b) Fragebogen, ausgefüllt von der Sixx- Zuschauer_innen-Redaktion (30. Juli 2014)

1. Allgemeine Fragen zum Produkt:

- Vor welchem Hintergrund ist der Sender SIXX entstanden – gab es den expliziten Bedarf nach einem „Frauensender"?
  Auf dem deutschen Fernsehmarkt war zuvor kein Frauensender vorhanden, diese Nische hat sixx genutzt, da man in der Gründung eines Frauensenders viel Potenzial gesehen hat.

- Wie hoch sind die durchschnittlichen Marktanteile des Senders – gab es signifikante Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr/den Vormonaten?

- Welche der derzeitig gezeigten Sendungen laufen besonders erfolgreich/zeigen die meisten Quoten?
  Die vier Erfolgssäulen bei sixx setzen sich zusammen aus den Serienhighlights, Kultserien, Eigenproduktionen und Eventhighlights. Die erfolgreichsten Formate innerhalb dieser Säulen sind aktuell „Vampire Diaries", „Grey`s Anatomy", „Sweet & Easy" und „The White Queen".

- Haben Sie Informationen über die ZuschauerInnenzusammensetzung (z.B. Alter, Beruf)? Schauen auch Männer SIXX?
  Die sixx Zuschauer sind mit einem Frauenanteil von 72,5% vor allem Frauen, die restlichen 27,5% entfallen auf unsere männlichen Zuschauer. Die ZuschaueInnenr verfügen über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von 3000 € und mehr, sind mit 34,4 % häufiger online als der Durchschnitt und im Schnitt 42 Jahre alt. Sie haben eine überdurchschnittlich hohe formale Bildung (23,7% haben min. Abitur), sind Trendsetter und gehen häufiger Shoppen als der durchschnittliche Fernsehzuschauer. Die Top 3 Freizeitbeschäftigungen der sixx Zuschauer sind im Internet surfen (76,1%), Musik hören (85,9%) und mehrmals die Woche Sport treiben (51,4%).

2. Fragen zu Inhalt und Programm

- Wer ist verantwortlich für die Inhalte/die Auswahl der Sendungen im Programm? Wie hoch ist der Frauenanteil im verantwortlichen Team?
  Für die Auswahl der Sendungen sind die Programmplanung, die Redaktionen (Spielfilm, Serie und Factual) sowie die sixx Geschäftsführung zuständig. Diese wiederum bedienen sich an Formaten, die im ProSiebenSat.1 Programm- bzw. Lizenzportfolio vorliegen. Dafür ist der Lizenzeinkauf zuständig. Das Verhältnis an Frauen und Männern ist hierbei ausgeglichen.

- Was sind die Kriterien für die Auswahl der Formate bzw. Sendungen und wie begründen Sie die Themenwahl (Hochzeit, Schönheit/Shopping/Styling, Kochen)? Sind diese Dinge das, „was Frauen wollen" (lt. Positionierung des Senders/SevenOneMedia)? Worauf basieren Ihre Informationen?
  sixx führt jährlich Research Auswertungen durch, die sich mit den Fragen „Welche Themen interessieren die Frauen besonders?" und „Was möchten Frauen sehen?" beschäftigen. Diese Imagescans ergaben, dass die postmoderne Frau unter dem ständigen Spannungsverhältnis zwischen Überforderung und Selbstverwirklichung steht. Lieblingsserien wie „Sex and the City" oder „Vampire Diaries" ermöglichen das Schwelgen in einer anderen Welt – durch diese Entspannungsangebote versteht es sixx, der Zuschauerin eine kleine Alltagsflucht zu bieten. Zudem sollen die Frauen in all ihren Facetten abgeholt werden. Deshalb bietet sixx den Zuschauerinnen vielfältige Identifikationsflächen mit Formaten wie Sweet & Easy, Jamie Oliver, Meine perfekte Hochzeit oder der Hundeflüsterer.

- Warum gibt es keine Dokumentationen oder Informationssendungen (z.B. Informationen über aktuelle – spezifisch Frauen betreffende – politische Diskurse/Entwicklungen)?
  Innerhalb des Senderportfolios der ProSiebenSat.1 Media AG gibt es mit kabel eins, ProSieben MAXX und auch SAT.1 einige Sender, die diese Formatschwerpunkte aufgreifen. Da Dokumentationen kein strategischer USP des Senders sixx ist und auch keine Nachrichten gezeigt werden, wird diese Sparte im Sender der komplementären Programmierung auch weiterhin unseren anderen Sendern überlassen.
- Welche Bedeutung hat die Henne/das Testimonial? Hat es hier mit einer Analogie von Frauen/"Chicks" zu tun?
  Als starkes und beliebtes Key Visual mit hohem Wiedererkennungswert, steht das Huhn als Sinnbild für die Frau und die Identifikation mit dem Sender.

- Was sind die Gründe für den geringen Anteil an Eigenproduktionen des Senders bzw. die Übernahme von Formaten aus USA/Großbritannien?
  Bei einem kleinen Sender wie sixx ist die Anzahl an Eigenproduktionen vor allem auch eine Frage der Programmkosten. Hier möchte sixx aber künftig weiter – sowohl im Bereich Infotainment als auch Show – nachlegen und an den großen Erfolg von Eigenproduktionen wie „Sweet & Easy" anknüpfen.

  Was ist ihre Position zu der Kritik, dass Frauen im Inhalt des Senders auf bestimmte Positionen reduziert (Mutter, Ehefrau, Konsumentin…) bzw. Klischees bedient würden?
  Wir sehen es nicht so, dass bei uns die Frau auf bestimmte Klischees reduziert wird. Sixx ist ein Sender für die Frau, deshalb stehen hier natürlich Programme im Fokus, die die Frau von heute gerne anschaut und ihre Interessen bedienen. Natürlich sind wir aber auch darauf bemüht, für die moderne Frau von heute mit unserem Programm ein breites Spektrum an Interessensgebieten abzudecken

- Aufgrund Ihrer Erfahrungen: Wie wird sich SIXX weiterentwickeln (Inhalt, Absatz etc.)?
  Sixx geht von einem weiteren, stetigen Wachstum aus. Das Jahresziel des Senders ist, den Marktanteil von 1,4% (E. 14-49 J.) zu erreichen. Da die erreichten Marktanteile schon im ersten Halbjahr 2014 sehr stark von Wachstum geprägt waren und wir auch in der zweiten Jahreshälfte Programminnovation und eine Vielzahl von Erstausstrahlungen beliebter US-Serien zeigen werden, sind wir zuversichtlich, dass dieses Ziel erreicht werden kann.

Folgende E-Mail wurde von mir nachträglich aufgrund des beantworteten Fragebogens versandt:
Gesendete Elemente

Mittwoch, 30. Juli 2014 09:58

Liebe Frau [...],

vielen herzlichen Dank, dass Sie sich die Mühe gemacht haben, meine Fragen zu beantworten. Ich habe nun - aufgrund ihrer Antworten - noch eine Frage:

Wie würden Sie die "Frau von heute", die "moderne Frau" (siehe vorletzte Frage) aus Ihrer bzw. der Sicht des Senders beschreiben?

Viele Grüße
Kristina Novy

Mittwoch, 30. Juli 2014 11:15

Liebe Frau Novy,

gerne beantworte ich Ihre Frage aus Sicht des Senders.

Emanzipation heißt heutzutage nicht mehr nur, dass Frauen „ihren Mann stehen" sondern auch, dass sie ihr Frausein zelebrieren.
Täglich schlüpft die Frau von heute in unterschiedlichste Rollen, muss permanent ihre Stärke unter Beweis stellen und pendelt zwischen
Karriere, Partner, Kindern, Haushalt und „Zeit für sich". Die Frau befindet sich im ständigen Spannungsfeld zwischen Überforderung
und Selbstverwirklichung, welches sixx mit seinen Programminhalten versucht, auszugleichen.

Beste Grüße
[….]

Anlage IIb: Fragestellungen zur Untersuchung

- Welche Positionen von Weiblichkeit werden innerhalb welcher sozialen bzw. Bedeutungskontexte/'Räume' inszeniert? Wie vielfältig ist das Angebot an Positionen?
- Welchen Stellenwert und in welchem Zusammenhang werden Beruf, Partnerschaft/Kinder/Familie, Freundschaft, Sexualität, Freizeit/außerberufliche Tätigkeiten dargestellt?
- Welche soziokulturellen Werte werden anhand der inszenierten Positionen verdeutlicht/als relevant/irrelevant hervorgehoben?
- In welchen Verhältnissen (zu weißen Frauen) und in welchen Bedeutungskontexten werden farbige Frauen inszeniert?
- Welche Rolle spielt Schönheit und welches Bild von Schönheit wird vermittelt?
- Wie vielfältig wird das äußere Erscheinungsbild inszeniert?
- Welche Bedeutung wird dem Körper (explizit oder implizit) im Zusammenhang mit weiblicher Identität zugeschrieben? Werden nur hegemoniale weibliche Körper inszeniert? Gibt es alternative Darstellungen? Erfahren diese eine Ab- oder Aufwertung im Verhältnis zur dominanten Konstruktion?
- Welchen Kleiderordnungen/Kleidungsstilen wird (implizit oder explizit) welche Bedeutung zugeschrieben?
- Welche Symboliken werden wie mit Weiblichkeit in Verbindung gebracht?
- Wie werden Männer im Vergleich zu Frauen dargestellt/welche Rollenverteilung wird offenbar?
- Gibt es stereotype Charakterzuschreibungen oder Verhaltensmuster (weiblich=emotional, männlich=rational etc.), oder werden diese (wie) aufgebrochen? (Wie) Werden Differenzen zwischen den Geschlechtern vermittelt? Wird mit binären Oppositionen gearbeitet?
- (Wie) werden feministische Anliegen und Werte verhandelt/aufgegriffen? Welcher Stellenwert kommt diesen zu?
- Wie gestaltet sich das Verhältnis zwischen den weiblichen Figuren? Zusammenhalt oder Konkurrenz?
- In diesem Zusammenhang: (Wie) Werden Diskurse über Selbstverwirklichung/Selbstverantwortlichkeit und Selbstbestimmung/Unabhängigkeit aufgegriffen?
- (Wie) Wird das heteronormative System der Zweigeschlechtlichkeit verschoben oder infrage gestellt?

Anlage IIIa: Phänomenstruktur, Gesamtübersicht

Serie/Figuren→	**Trau dich!** **Genre: Reality-Doku** **Produktionsjahr: seit 2005**	**Hart of Dixie** **Genre: Romantik-Drama-Serie** **Produktionsjahr: seit 2011**	**Bitten** **Genre: Mystery/Fantasy** **Produktionsjahr: 2013**
Übergeordnete Diskurse/Thematiken	Hochzeitsorganisation als ‚Frauenangelegenheit', die dem Bräutigam auferlegt wird	Kleinstadtleben, Beziehungsmanagement	Einziger weiblicher Werwolf der Welt Elena kämpft gegen ihre Feinde und ihr inneres ‚Tier'
Weiblichkeit=Körperlichkeit? Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung Körper+Macht	 Sexuell anmutende Erwartungen an den Körper der Braut: ER will es „sexy": „Ihr Hintern soll in dem Kleid betont werden!" IHRE Freundinnen: „Deine Brüste seh´n toll aus! Wie kleine Äpfel! Kannst du darin gehen?" → „Wen interessiert das"? → **Optik vor Funktionalität** →Anerkennen von und Einfügen in hegemoniale/n Körpernormen SIE fragt IHN bei der Trauung: „Bin ich schön?" „Sexyness" → Anerkennung (von Männern und Frauen)	 Optisch stark stereotypisierte traditionell-konservative Weiblichkeitskonstruktionen, die in „Bluebell" auf alle Frauen zutreffen. Alle sind gertenschlank, elegant und exklusiv gekleidet sowie frisiert und auffällig geschminkt. Keine explizite Thematisierung, Selbstverständlichkeit, ‚Normalität' Stil der 50er/60er Jahre (Bruch: Außenseiterin bzw. Zugezogene Hauptprotagonistin Zoe Hart) ➔ Hyperbolisierte Weiblichkeit Keine Ausnahme von der Regel (bei den Frauen) Seelische Probleme wirken sich auf körperliches Verhalten aus: Alle Bluebell-Frauen bekommen Schluckauf, weil ihnen etwas auf dem Herzen liegt ➔ Dominanz von Emotionen	Schönheit ohne (sichtbare) Anstrengungen: Elena Gespräch mit Diane, die krampfhaft versucht disziplinierter zu sein und „mehr Cross Fit" zu machen→ **Schönheitsnormen** Zu ihren ‚Verwandlungen' entkleidet sich Elena zweimal: Geschlechtsmerkmale werden nicht gezeigt, aber Beine, flacher trainierter Bauch, und Po werden deutlich gezeigt ➔ **Körpernormen** Kleideranprobe beweist Idealmaße und stellt Weiblichkeit sicher Alle Hauptfiguren entsprechen **normativer Weiblichkeit** – bis auf Sheriff (männlich konnotierter Beruf)

Körper+Disziplinierung		Verhalten disziplinieren (Lemon):ertappt sich selbst bei ‚boshafter' Reaktion und ermahnt sich selbst für unschickliches Verhalten, setzt ein Lächeln auf	Diane beneidet Elena um ihren Stoffwechsel („Machen wir uns nichts vor, ich würde einen Brownie aus dem Mülleimer fischen!") ➔ **Disziplin und Essstörungen?**
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen Homosexualität		In diesen Episoden keine explizite Relevanz, nur im Gespräch zwischen Annabeth und Lemon, die versucht, sich ihren Neidgefühlen zu widersetzen: „Ja, ich verstehe, neuer Freund, wahnsinns Sex, blablabla" ➔ Beziehung: Glück & Zufriedenheit? ➔ Kein Sex außerhalb von Paarbeziehungen ➔ Normatives Beziehungsmodell	Offen. Mehrere Sexszenen (2x Elena und Philip, Ménage à trois, eine weitere Szene am Ende) Gespräch mit Diane: „Wenn ich nicht auf einer deiner Parties bin, bin ich bei deinem Bruder – und mache ihn überglücklich!" ➔ Pleasing the Man vs. Genuss eigener Sexualität Weibliche Selbstbestimmung: Elena gibt den Ton an Normative Weiblichkeit wird heterosexuell kodiert. Beim weiblichen Sheriff wird bspw. kein Aufschluss darüber gegeben
Feminismus Explizit/Implizit?	„Wenn´s nichts wird, schlag´ ich ihm die Zähne aus!"		Implizit Diskurse: Beruflicher Erfolg,

	→Taff und selbstbewusst: Verteidigung eigener Interessen		Weibliche Stärke, Selbstbewusstsein, sexuelle Gewalt in der Familie und Selbstverteidigung Wird konterkariert durch ihre ‚Unterordnung' unter männliche Ratschläge und geschlechtlich kodierte Berufswahlen Ihr Beruf wird nur als „Alibi" verwendet. Fotos von männlichen Körpern von Diane bewundert (Sicherstellen <u>heterosexuelles Begehren</u>) ➔ Weiblicher Blick auf männliche Körper (grau schattierte Nahaufnahmen, Körperstellen leicht verwechselbar: „Sieh dir diesen Bizeps an! Oder ist das ein Schenkel!?") ➔ Männlicher Blick auf weibliche Körper (deutlicher erkennbar: Elena insbesondere: mehrmals nackt, im enganliegenden Kleid, und weitere Aufnahmen von nackten

			Nebendarstellerinnen, die nach einem One-Night-Stand aus dem Bett klettern) Logans Freundin bekommt ein Jobangebot als Chefköchin. Sie ist unsicher. Er rät ihr: „Du kannst die Welt auch noch morgen erobern". Wie sie sich entscheidet, wird durch einen Szenenwechsel offen gelassen, aber: ➔ Theoretisch stehen alle Türen offen **Besonderung Elenas und ihrer Fähigkeiten durch männliche Protagonisten:** „Sie ist unser bester Spürhund!" und „Wir brauchen Elena!"
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung Eigenverantwortlichkeit	„Ich möchte wie eine Prinzessin aussehen!" „Ich will es traditionell" „Wir sind heiß!"	Selbstverständlichkeit normativer Weiblichkeit, Aussparen der ‚Arbeit' hinter der Fassade	„Ich muss dringend mehr Cross-Fit machen!" „Ich will einfach nur normal sein!" (Elena) – Werwolfdasein vs. normative Weiblichkeit (Brunchen, Kleider anprobieren, …)

Selbstbestimmung mittels…. Ermächtigung über….	Körperlichkeit/"heiße" Körper		
Berufe		Zoe Hart ist Chirurgin und arbeitet mit dem Vater ihres Ex-Freundes in einer Allgemeinmedizinischen Praxis zusammen Lemon als (erfolglose) Restaurantbesitzerin Annabeth ist Arzthelferin bei Zoe Nebendarstellerin: Geschäftsfrau, die Wade einen „Franchise-Deal" anbietet Berufe nehmen insgesamt eine nebensächliche Rolle ein Medizinischen Berufen wird aber Anerkennung zugetragen: 16-Jährige Rose fragt nach Praktikum bei Arzt Bertram	Fotografin (Elena) Köchin (Freundin von Logan) Sheriff (…) Männer: Professor, Psychologe, Marketingchef
Partnerschaft/Familie Diskurse	Hochzeit Vater-Tochter-Beziehung im Hintergrund	**Hochzeiten** als Hauptdiskursstrang, mehrere Paare in Bluebell finden zueinander und heiraten, nur Lemon wird von ihrer Großmutter als „alte Junger" bezeichnet, weil ihre bisherigen Beziehungen gescheitert sind und rät ihr, nicht auf die „große Liebe" zu warten: „Du brauchst keine Liebe, du brauchst einen Mann! Ich rate dir nur, pragmatisch zu sein!" ➔ Gesellschaftliche/familiäre	Elenas Werwolffamilie Philip/Diane + Familie Vorschieben von Familie, um zu einem Treffen zu gehen

		Zwänge/Normen ➔ Ehe als (einziges zielführendes, anerkanntes) Beziehungsmodell ➔ Beruf vs. Beziehung/Familie Lemon widerspricht der Idee, sich auf eine Single-Kreuzfahrt zu begeben, die sie mit dem Eingeständnis von Verzweiflung in Verbindung bringt: „Ich bin hier sehr beschäftigt, ich leite ein sehr gefragtes Restaurant!" Ihr Wunsch nach einer funktionierenden Beziehung wird im Gespräch mit Annabeth offenbar (s.o.) – diese ist begeistert von ihrem „Hauptgewinn" ➔ Frauengespräche drehen sich um Männer ➔ Frauen auf der Suche nach einem geeigneten Ehemann Zoe entdeckt ihre Rolle als Kupplerin bzw. Beziehungscoach und bringt Menschen zusammen ➔ Frauen bemühen sich um das Funktionieren von Beziehungen – der eigenen oder jener anderer Menschen	
Freundschaft/Zusammenhalt/ Konkurrenz		Sowohl zwischen Frauen, als auch zwischen Männern ➔ Männerfreundschaften	Neid unter Freundinnen

		➔ Frauenfreundschaften (einzige Ausnahme bildet Zoe mit Levon als intergeschlechtliche Freundschaft) Konkurrenz bzw. Streit um männliche (väterliche) Anerkennung: Magnolia ist über die Praktikumsanfrage Roses nicht begeistert, weil sie glaubt, ihr Vater hätte lieber eine Tochter, die sich für seinen Beruf interessiert ➔ Vater-Tochter Beziehungen ➔ Elterliche Anerkennung ➔ Berufliche (Ir-)Relevanz ?	
Dimensionen d. Selbstmanagements Schönheit Beruf Erziehung....		Beziehungsmanagement Selbstmanagement für Beziehungen „Es ist alles möglich, wenn man es will!"	Diane: Diämaßnahmen/Crossfit
Make-Over-Paradigma	Ungleichgewicht Inszenierung Relevanz männliche und weibliche Schönheit Ihr Erscheinungsbild wird vom Bräutigam, ihren Freundinnen, dem Stylisten ‚gemanagt': Kritik, Bewertung	Paradoxerweise macht Zoe aus Wades Vater für ein Date eine ‚bessere Version seines Selbst': sie kleidet ihn neu ein, schickt ihn zum Friseur →Bruch mit und Bestätigung der Norm von Schönheitshandeln als weibliche Praktik	

Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?** Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen	 Widersprüchliche Hochzeitsvorstellungen: SIE: traditionell, klassisch, stilvoll (Wunsch: Kirche und Kapelle: „Wie aus dem Bilderbuch!“→ Erziehung) ER: ‚Abenteuerhochzeit‘, originell (Club und Flugplatz) Sie legt IHRE ‚Traumhochzeit‘ in seine Hände (Aufgabenübergabe konnotiert Hochzeit als etwas weibliches) <u>Orte/Mobiliar sind geschlechtlich kodiert:</u> Küche, Kirche, Kapelle, Tischdeko (Glas/Rosa Perlen) vs. Flugplatz, Casino, Club →Frauen und Männer sind verschieden: Sie haben unterschiedliche Vorstellungen und Interessen Frauentratsch auf dem Sofa und der Küche, Prosecco & Spekulation, ob ein „Desaster“ vermeidbar sei →Sorge (Wissen um Unterschiede), Hoffnung, Ernsthaftigkeit/Vernunft, Emotionalität, „Romantik…lehnt Tedric ja völlig ab!“ vs. Videospiele, Scotch, abenteuerlustig, fehlende Ernsthaftigkeit („Die Organisation ist in vollem Gange!“,„wir planen erst die lustigen Sachen!“) Geschmackvoll vs. ordinär:	Deutliche Gestaltung von Oppositionen bzgl. Optik, Verantwortlichkeiten, Fähigkeiten, Verhalten und Kulissen Frauen sind emotional, besorgt, neurotisch und (krampfhaft) beziehungsorientiert, Männer sind locker, gehen Probleme und Wettkämpfe spielerisch an Beispiele/Auszüge: Optik: Pastellfarbene, pink- und lilafarbene Bekleidung vs. Karohemden Verantwortlichkeiten: Beziehungsmanagement vs. Stadtmanagement Fähigkeiten: Fehlende Managementfähigkeit (Lemons Restaurant) vs. sorgloses Führen einer Restaurant-Bar (Wade bekommt ein lukratives Franchise-Angebot) Verhalten: krampfhaftes Bemühen um das Funktionieren (von Beziehungen oder Geschäften) vs. spielerischer Umgang mit Konflikten (werden bei den Männern durch Ping Pong ausgetragen)	<u>Frauen</u>: Schlechtes Gewissen für Lügen (Elena) Geheimnisvoll (Elena) Erfolg (Elena: Fotos, Freundin Logan: Jobangebot): spielt aber weiter keine Rolle und soll „überdacht“ werden Einsichtigkeit/Demut (Freundin v. Logan, Elena) Stärke/Selbstsicherheit (Elena) Nachgiebigkeit (nachdem sie sich gewehrt hat, beugt sie sich doch ihrem Schicksal) Schwäche (Diane) Freundschaft/Familie ➔ Emotionalität <u>Männer</u>. Selbstsicherheit, Weisheit (Denver, Logan), Erfolg (Philip erhält eine Auszeichnung!, Logan, Denver), Einschüchterung/Drohungen, Aufforderungen ➔ Rationalität Vorgeben, Diät zu halten und Rückfall (Diane), zusammen Kleider anprobieren (Elena&Diane), Cocktails trinken Tee+Cocktails=weiblich Bier und fettiges

Inszenierung v. Homosexualität	„Das hat ganz klar ein Mann ausgesucht…!" ➔ Ausschließlich heterosexuell kodiert (Anzüge vs. Kleider, männliche Sphären vs. weibliche Sphären, Begehren)	Kulissen: Romantisch, stilvoll, kitschig eingerichtetes Restaurant vs. sportliche Umgebung ➔ Deutliche Zuschreibung geschlechtertypischer Verhaltensweisen und Charakteristika Konservative Einstellungen und klischeehafte Inszenierungen erfahren einen Bruch, als Cricket auf ihrer Hochzeit erklärt, sie sei lesbisch: „Wir sind im 21. Jahrhundert! Niemand muss etwas verbergen, weil er Angst vor etwas hat. Und deshalb sage ich die Wahrheit: Ich stehe auf Frauen!" ➔ Bruch mit Konventionen ➔ Erfolgreiches Tragen der ‚Maskerade' (durch normative Optik keine Zweifel an ihrer Begehrlichkeit) ➔ Anerkennung nicht-hegemonialer Vorstellungen von Sexualität	Essen=männlich Berufe (Professor, Psychologe, Marketingchef vs. Fotografin, Köchin Sheriff) Frauen suchen Rat, Männer geben Rat „Ich muss zu meiner Familie. Eine Cousine hatte einen Autounfall uns sie brauchen Hilfe mit den Kindern!" → Aufgreifen ‚weiblicher' Aufgaben→ **Kindererziehung**, sie muss ihr (unweibliches) Verhalten legitimieren und benutzt dazu etwas ‚Glaubwürdiges', was niemand infrage stellen würde ➔ Ausschließlich heterosexuell kodiert (Dresscode, Optik: stereotype Weiblichkeit und Männlichkeit)
Multikulturalität Räume der Inszenierung farbiger	Afroamerikanisches Paar	Geschäftsfrau (Nebenrolle) afroamerikanisch	Als Freundin von Logan (ebenfalls schwarz)

Frauen Verhältnis zu weißen Frauen	Eheschließung		 Nebenrolle. Tritt nur kurz auf. Alle Hauptrollen sind von weißen Frauen besetzt (Elena, Diane, Sheriff)
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit) Verbundene Werte	Alfreida (Braut): sportlich-schlank, kurzes, pinkfarbenes Kleid mit Taillengürtel**, Stiletto-Heels**, lange gewellte schwarze Haare Marisella (Freundin&Brautjungfer): groß, schlank, üppiges Dékolltée, fließendes Kleid, Ethnoschmuck Beide: sehr ‚weiblich' ➔ Hegemoniale Vorstellungen von Weiblichkeit Traditionell weiblich: Keine der ‚Hauptfiguren' trägt eine Hose. Alle: (mehr) kurze oder (weniger) lange, körperbetonend geschnittene Kleider (alle Männer tragen elegante Anzüge bzw. tagsüber: Hemden) Zum Hochzeitskleid: „Umwerfend! Ein elegantes Prinzessinnenkleid!" (Freundin von Alfreida) „Es ist märchenhaft"! (weitere Freundin) Hauptsache sexy: SIE befürchtet, dass ER Kleider wählt, die aussehen „wie aus dem Nachtclub" (SIE will: etwas langes, fließendes)	Konservativ, klassisch, exklusiv; keine Hinweise darauf, WARUM und WO sich die Protagonistinnen ihre Kleider kaufen und leisten können (→class? Mind. Gehobene Mittelklasse, doch Berufe widersprechen dem ➔ Röcke, Kleider, Rüschen, High.Heels ➔ Einen Bruch bietet Zoe als einzige nicht-konservative (wenigstens was ihre Kleidung betrifft) – urban, modisch, leger, rockig ➔ Gute Optik/Kleidung Selbstverständlichkeit	Elena: Idealmaße. Groß, blonde, lange gewellte Haare, kurzes Kleid oder Lederleggins, Bikerjacke, High Heels, perfekt geschminkt (sogar nachts!) Diane: Schlank, braune, gewellte Haare (wirkt etwas konservativer als Elena: florale Schluppenbluse) und schaut zu ihr auf Freundin v. Logan: Dunkelhäutig, drahtig, lange schwarze Haare, romantisches Top und pastellfarbener Blazer Sheriff „unweiblich" konnotiert. Ungepflegt, klein, strähnige Haare, etwas üppiger ➔ Deutliches Abheben Elenas von anderen Figuren Wird explizit abgetan: „Ihre Leidenschaft fürs Shoppen gehört nicht zu den Eigenschaften, die ich an ihr liebe" (E. über Diane), Implizit sind alle zu jeder Zeit top gestylt und

	ER sucht „sexy Brautjungfernkleider" aus: kurz, knapp, schwarz – „ich bezahle, also suche ich aus, was mir gefällt" ➔ Weiblichkeit wird definiert durch männlichen Blick		zurechtgemacht → Weiblichkeit wird durch Kleiderordnungen sichergestellt, Kurze Kleider, Ausschnitte, Heels, Make-Up, ‚Clutches'/Handtaschen Relevanz für Optik kommt (implizit) in Gesprächen zwischen Diane und Elena zur Geltung („Ist ja nicht so, als würde ich die Braut übertrumpfen!", „Nein, aber du übertrumpfst mich!", ihrer Kleideranprobe (Sicht auf Elena aus der Totalen) und den scheiternden Diätmaßnahmen („Ich entschlacke gerade!")
Anmerkungen	1. Ereignis Hochzeit und damit verbundene Wünsche deutlich weiblich konnotiert: Bräutigam übernimmt ‚Frauenaufgabe' und lernt die Mühen schätzen: „inzwischen habe ich vor jeder Frau Respekt, die schonmal eine Hochzeit organisiert hat!", 2. Frauen wollen: Romantik, Eleganz, Stil 3. Weiblichkeit verbunden mit bzw. inszeniert als eine	Die extrem übertriebenen Inszenierungen, Ironie, Sarkasmus lassen einerseits opp. Lesarten zu, ermutigen aber auch, sich nicht zu ernst zu nehmen – humorvolle Bestärkung von stereotypen Konstruktionen? Weibliche Fixierung auf Beziehungen und Hochzeiten – Häufigkeit konterkariert als feministische inszenierte Werte von Unabhängigkeit und	1. Der Maskerade kommt hier eine besondere Bedeutung zu: das ‚Böse' in Elena ist unweiblich, das verbirgt sie durch ein perfekt anmutendes Äußeres und wünscht sich, nur „normal zu sein". Was damit verbunden ist, wird im Laufe der Episode deutlich

	notwendigerweise körperliche, nach außen getragene, Eigenschaft (v.a. durch schlanke, kurvige Körper und entsprechend betonende Mode) 4. Annahme der Definition von Weiblichkeit (als Körperlichkeit) durch den männlichen Blick: „Sexyness": Frauen wehren sich nicht gegen die Auswahl der (zu) kurzen Kleider: „Wir sind heiß! Obwohl die Kleider unpassend sind für eine Hochzeit!" 5. Deutliche Inszenierung von Geschlechterdifferenzen (Optik, Verhalten und Erwartungen), 6. Traditionelle Werte werden scheinbar von Frauen selbst aufrecht erhalten: sie will es traditionell, er lehnt das ab: „Sie will es sicherlich konservativ und....streng" 7. Häufige Benutzung der Worte „schön" oder „hübsch" (in Bezug auf Kleidung, Körper, Orte)→ Relevanz Ästhetik	Selbstverwirklichung (Lemon) Taktik: Nicht ein Mann weiß, was die Frau ‚wirklich' will (wogegen sie sich zu Anfang sperrt), sondern eine Frau (Abwehren der Behauptung patr. Macht)	(Schönheit, Körperlichkeit, eine funktionierende Beziehung und Familie...) 2. Ihr Äußeres und Verhalten, sowie das Schätzen ihrer Fähigkeiten durch männliche Protagonisten drücken ihre Stärke und ihr Selbstbewusstsein aus. Doch das wird konterkariert durch ihre Suche nach Rat bei männlichen Freunden und ihr schlechtes Gewissen für ihr ‚Sein', ihr Verhalten gegenüber ihrem Freund, den sie anlügen muss. Auf das Drängen der Männer gibt sie nach und fügt sich nach und nach ihrem Inneren. 3. Berufe von Männern stehen im Vordergrund und besitzen Relevanz, die der Frauen werden nicht verraten oder bleiben im Hintergrund.

			Zudem sind sie deutlich geschlechtlich konnotiert. Ausnahme bildet der weibliche Sheriff. Sie büßt dafür aber an Attraktivität ein. 4. Aufgreifen feministischer Diskurse: Freie Wahl/Welt erobern, sexuelle Selbstbestimmung und Gewalt, Selbstverteidigung 5. Oberflächlich mehr weibliche Protagonistinnen (im Hörsaal sitzen nur junge Frauen – perfekt gestylt – und hängen dem attraktiven Professor an den Lippen), doch außer Elena spielen sie keine tiefer gehende Rolle – sie kommen vor. 6. Elena einziger weiblicher Werwolf im Rudel (Smurfette-Prinzip)
Positionen	• (Afroamerikanische) Heterosexuelle Konservative	• Heterosexuelle, US-amerikanische weiße Ärztin	• (Weiße), heterosexuelle Fotografin /Kämpferin

	Braut (Mitte 20)	Anfang 30, deren Berufsethos auch zu ihrem persönlichen wird→ Helferin/Ratgeberin in allen Lebenslagen • Heterosexuelle, US-amerikanische weiße Arzthelferin Anfang in stetigem Beziehungschaos, Anfang 30 → Die unentschlossene Liebe-Suchende • Heterosexuelle, US-amerikanische weiße Restaurantbetreiberin Anfang 30 mit Kontrollzwang → Die Perfektionistin • Nebenrollen: Lesbische Fast-Braut, Anfang 30 • afromerikanische Geschäftsfrau, Mitte 30	wider Willen (Anfang 30) • (Afroamerikanische), heterosexuelle Köchin (Ende 20) • Sheriff (keine Hinweise) (Mitte 30 • (Weiße)Heterosexuelle Schwester und Freundin (Diane) von (Philip und Elena) (Anfang 30) • (Weiße) Heterosexuelle Konservative Mutter (~50/60) • Heterosexuelles „Flittchen" (wird bestraft) (Mitte 20) (Hetero-) • Sexuelle ‚Gelegenheiten' (zwei für die Handlung unbedeutende Frauen im Bett mit Männern, die in der Serie von Bedeutung sind (Mitte 20)
Serie/Figuren→	**The Good Wife** **Genre: Anwaltsdrama** **Erscheinungsjahr: seit 2009**	**How Do I Look?** **Genre: Reality-Doku/Makeover** **Erscheinungsjahr: 2013/2014**	**Private Practice** **Genre: Medizinisches Drama** **Erscheinungsjahr: 2007**
Übergeordnete Diskurse/Thematiken	Hintergrund: Ehefrau und	Forest, reflektierte Gegnerin des Kapitalismus und	Wissenschaft/Medizin,

	Mutter Alicia, die nach einem öffentlichen Sex- und Politikskandal ihres Mannes, der hierfür inhaftiert wird, für die Familie allein aufkommen muss, beginnt ihr Leben wieder selbst in die Hand zu nehmen und nimmt ihre Arbeit als Strafverteidigerin in einer renommierten Kanzlei wieder auf. Dabei gibt es ständig Menschen, die in ihrer Vergangenheit wühlen und sie manipulieren möchten. Diskurse: Vereinbarkeit Beruf und Familie, Konkurrenz und Neid (unter Frauen), Ehebruch, Recht, Gesetz, Verteidigung	der Konsumgesellschaft muss sich der harten und demütigenden Kritik von Freunden, Familienangehörigen und einem ‚Promi-Stylisten' hinsichtlich ihres fehlenden Modestils stellen. Ethik, Leistungsdruck, Konsumgesellschaft, soziale Ungleichheiten, Frauenrechte, Ignoranz und Rücksichtnahme Soziale Funktion von Kleidung Selbstdisziplinierung	Liebe/Beziehungen am Arbeitsplatz, (unterdrückte) Kinderwünsche, Kindesmisshandlung/häusliche Gewalt/Spätfolgen, Erziehung, ethisches Handeln, berufliche Hingabe, Freundschaft&Zusammenhalt
Weiblichkeit=Körperlichkeit? Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung	 Hauptdarstellerin ~40 Jahre, sehr attraktiv und gepflegt, Optik hat aber keine explizite Relevanz für die Serie. Man fragt sich: Warum betrügt man eine Frau wie diese? Normative Körper und Schönheit, aber gezeigt werden verschiedene Generationen: Tochter Grace (15-16), Kalina (~30), Alicia	<u>Überwachung/Begutachtung/Bewertung weiblicher Körper</u> Weiblichkeit wird hier über Kleidungsauswahl definiert. Ihr „jungenhafter Hippiestyle" wird abgelehnt Hervorheben der sozialen Funktion von Kleidung/Zurschaustellen stereotypisierter Frauenkörper: Ohne gute Optik kein Job/keine Karriere/keine Anerkennung Drängen zur Betonung der „super Figur" unter den „hinterwäldlerischen" Klamotten: „You look like your dad!" Gehaltsklasse wird als abhängig vom äußerlichen	Zusammenhang Weiblichkeit und Mutterschaft Keine explizite Relevanz Hegemoniale Konstruktionen von Schönheit

Körper+Macht Körper+Disziplinierung	(~40), Diane (50-60) In dieser Episode wird Jugendlichkeit mit Macht in Verbindung gebracht, weil eine Wahlhelferin behauptet, mit Peter (Alicias Mann) geschlafen zu haben	Erscheinungsbild abhängig dargestellt. Attraktivität→ Hohes Gehalt F.: „Das ist lächerlich!" Moderatorin: „So läuft es nunmal" → Anerkennung der Regierung des Handelns&Denkens Forest soll ihre Einstellung ändern, sich disziplinieren (lassen), um im Leben voran zu kommen. Sie lehnt ihr Makeover ab und plädiert für innere Werte, Intelligenz und Überzeugungskraft: „Ich will nicht, dass Leute nur mit mir sprechen, weil ich attraktiv bin"	
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen Homosexualität	 Als Basis der Serie fungiert der Sexskandal des Staatsanwalts Peter, der seine Frau betrogen hat und dem weiterhin Affären nachgesagt werden, die drohen, zu ‚platzen' → Betrug/Ehebruch/Sexuelles Begehren Kalina, private Ermittlerin in Zusammenarbeit mit der Kanzlei hat eine lesbische Affäre, die von ihrem (Ex-		 Charlotte: Kann keine Nähe zulassen und hat lieber One-Night-Stands als Beziehungen → Freie Wahl ➔ Wird suggeriert: Kompensation/aus Angst vor Nähe

	)Freund nicht begrüßt wird – nach außen lehnt er Homosexualität ab („Du Lesbe!"), doch fühlt sich durch die andere Frau mehr bedroht als er zugeben kann		
Feminismus Explizit/Implizit?	Implizit Hauptdarstellerinnen sind Frauen, die im Privatleben zurückstecken oder verdrängen, um mit der Karriere voranzukommen. Keine Gefälligkeiten Durchsetzungsfähigkeit Kraft und Stärke Kalina schlägt einen Mann nieder, der sie beleidigt und geringschätzt.	Abwertung von Erziehungsarbeit: „Du musst kein Kindermädchen sein! Ändere deinen Style und nimm dein Leben in die Hand!" F.: „Warum soll ich kein Kindermädchen sein? Unsere Wirtschaft regiert uns – Frauen sollen in Führungspositionen. Was ist, wenn icheinfach nur Familie will?" ➔ Chancenungleichheit, Frauenquote, Erfolgsdruck, Erwartungshaltung/Anpassung an wirtschaftliche Vorgaben Bedeutungszuschreibung High-Heels: Auf Jeannies entsetzte Frage, ob sie noch nie High-Heels getragen hätte antwortet Forest: „Sie wurden von Männern erfunden um Frauen zu unterwerfen! Sie sind unbequem, sie machen die Füße kaputt und bereiten einem Rückenschmerzen!" Ihre Freundin: „Sie sind die Waffen der Frau! Das i-Tüpfelchen für´s Outfit!" → Zuschreibung Selbstbewusstsein, aber gleichzeitig Metapher Waffen=Anerkennung der Notwendigkeit von „Waffen" zum Ausdruck von Stärke ➔ Anerkennen der Relevanz von Weiblichkeit	Implizit Thema: Kinderwunsch/Mutterglück Drei Frauen (Addison, Violet, Naomi) und ein Mann (Cooper) in einem Raum. Von Patientenproblemen geht es zu privaten Einstellungen. C: „Violet hält nichts von Kindern. Sie räumt ein, dass sie existieren, weil sie sie in Restaurants schreien hört, das war´s dann aber auch" N: „So war ich auch – vor Maya. Ja, das ist wahr! Und dann war sie da" A. Hm. Du willst wirklich keine Kinder?" V: Also! Es ist ja nicht jeder für Kinder geschaffen! Es ist für Frauen unglaublich schwer zuzugeben, dass sie wirklich keine wollen" C: „Weil sie dann zugeben dass sie Männer sind?" V: „Eine Frau kann auch ohne zu gebären erfüllt sein. Sehr

		und Attraktivität ➔ (unbewusstes) Beugen von gesellschaftlichen Normen	erfüllt!" C: Klingt nicht so, als würden Sie das selbst glauben.." ➔ Kinderwunsch: ‚natürlich' weiblich ➔ Gesellschaftliche Erwartungen Und Rechtfertigung Vereinbarkeit Beruf und Familie (dass ein Mann im Raum ist, sich aber zurückhält, schwächt das Klischee ab, dass Frauen sich nur über Männer unterhalten und ein Kriterium für die stereotype Darstellung von Frauen im Film darstellt – in der Tat geht es hier nicht um Männer, sondern nur um Kinder – à: einen Mann brauche ich dafür nicht)
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung	Obwohl füreinander einzutreten das Credo der Sendung sein sollte, kämpft hier jede für sich allein Durch den Wiedereintritt Alicias in den Beruf wird ihre zuvor getroffene Entscheidung, Hausfrau und Mutter zu sein, infrage gestellt	Nicht Forest, sondern die anderen Beteiligten (Schwägerin, Freundin, Stylisten) verharmlosen den Druck und die Notwendigkeit, normativer Weiblichkeit zu entsprechen, um Anerkennung im Privatleben und im Beruf zu finden. Ihre Art sich zu Kleidung erfährt demütigende und spottende Abwertung: „Niemand interessiert sich für sie. Ihre Mode bremst sie aus!" „Ich habe aber kein Problem. Ihr tragt was ihr wollt,	Alle Frauen sind berufstätig und erfolgreich, sie haben es ‚geschafft'. Womit sie kämpfen, sind funktionierende Beziehungen bzw. den ‚richigen' Partner zu finden Addison ist selbstbestimmt und weiß was sie will – das äußert sie ganz explizit.

Eigenverantwortlichkeit Selbstbestimmung mittels.... Ermächtigung über....	Das Private ist politisch erhält hier mehrdeutige Relevanz: Alicia, die ihren Mann in seiner Karriere unterstütze, gab in der Öffentlichkeit lange die zurückhaltende „Good Wife" eines Politikers, dessen privates Sexleben an die Öffentlichkeit geriet. Obwohl wieder vereint, schwankt Alicia zwischen Skepsis und Hoffnung, hat an Stärke und Weisheit gewonnen, doch auch eine Affäre ihrerseits droht in dieser Episode an die Öffentlichkeit zu gelangen → Vertrauensmissbrauch → Rache, Enttäuschung	ich trage was ich will!" **→ Bestrafung durch Abweichen von der Norm** Frauen, die an sich kein Problem erkennen, wird durch Wiederholung von Normen eingeredet, dass sie eines haben, dass etwas an ihnen ‚falsch' ist, wenn sie gesellschaftlichen Konventionen nicht folgen. Entsprechend werden sie bestraft und erfahren Ausgrenzung/Abwertung. Schuhe!Kleidung!	Diese „feministischen" Eigenschaften nutzt sie, um ihren Wunsch nach Ehemann und Kindern zu äußern. Alle anderen Frauen (insbesondere Charlotte und Violet) dementieren die Relevanz von familiären und partnerschaftlichen Wünschen, sehen sich aber eher selbst als Ursache dafür, dass es bei ihnen nicht ‚klappt'. Charlotte: „Einen Mann, der nicht an mir verzweifelt? Den würde ich vom Fleck weg heiraten!"
Berufe	Anwältin (Alicia) Diane (Anwältin) Kalina (private Ermittlerin) Freundin von Kalina (Bundesagentin/FBI-Agentin) Journalistin/Reporterin Software-Entwicklerinnen (Anklagende vor Gericht)	Kindermädchen (abgewertet) Heilpraktikerin (Wunsch) Stylistin(Jeannie)	Medizinerinnen: Addison: Fachärztin für neonatale Chirurgie, Gynäkologie und Humangenetik Naomi: Fertilitätsspezialistin Violet. Psychiaterin Charlotte: Leiterin eines Hospitals
Partnerschaft/Familie	Als Hintergrund: infrage zu stellende Ehe durch Betrug	**Wahlfreiheit**	Schwierigkeiten, den Mann fürs Leben zu finden, insb.

Diskurse	und Vertrauensbruch Kinder von Alicia und Peter tauchen in dieser Episode auf Und: Verzicht auf Familie (Diane) für die Karriere		Addison: „Naomi, du machst dich ganz gezielt auf die Suche – sogar Violet macht das. Ich sollte das auch. Ich muss nur das suchen, was ich wirklich will!" N: „Und du willst einen Mann und Kinder.." A: „Alle haben Dates, nur ich nicht!" ➔ Verpasste Chancen Charlotte hat Schlafstörungen und hat – wie das psychologische Gutachten ergibt – ein Problem mit Nähe, weil sie in ihrer Kindheit nie Geborgenheit erfahren hat. Es stellt sich heraus, dass Charlotte keinen festen Partner hat, der ihr diese geben könnte. Sie sagt, dass sie hierauf keinen Wert legt und lieber Sex ohne Verpflichtungen hat. In ihrer Position als Klinikdirektorin kann sie sich keine Fehltritte oder Gedächtnislücken leisten. ➔ **Überforderung im Job,**

			Schlafstörungen ➔ Lösung: Geborgenheit durch eine feste Beziehung (und dass sie sich nach dieser sehnt, gibt sie später sogar zu, sie sieht sich als Problem an. Oberflächlich behauptet sie also, keinen Wert darauf zu legen, innerlich wünscht sie es sich doch – legt das nahe, dass sie ein schlechtes Gewissen hat das zuzugeben → siehe Gill) ➔ **Erfolg vs. Traditionelle Werte?** ➔ **Vereinbarkeit Beruf und Familie** ➔ (Du kannst erfolgreich sein, aber sei dir bewusst, was die Konsequenzen sind..?)
Freundschaft/Zusammenhalt/ Konkurrenz	Keine Gefälligkeiten unter Frauen. In dieser Episode ist die Reporterin die Alicia „drankriegen" will	Abwertung eines Menschen und seiner Einstellungen,	Kollegium als Familie

Dimensionen d. Selbstmanagements Schönheit Beruf Erziehung....	Beruf – Wiederaufstieg und Erziehungsverantwortliche	Schönheit/Attraktivität=Selbstbewusstsein ➔ Erfolgreicher Berufseinstieg ➔ Stetiges Selbstmanagement/Arbeit am Körper verspricht Erfolg in anderen Bereichen des Lebens	Eigenverantwortlich und ehrlich für das eintreten, was man sich wünscht (A: eine aufrichtige, ernsthafte Beziehung)
Make-Over-Paradigma		Eine Person wird dazu gebracht, sich einzugestehen, dass sie ein ‚Problem' hat, dass ihre Art zu kleiden ihr Leben negativ beeinflusst. Sie wird ermutigt, eine ‚Transformation' zu vollziehen unter der stetigen Bewertung von Mode- und Lifestyle ExpertInnen. Man schämt sich für ihr Aussehen in der Öffentlichkeit und beeinflusst Freundschaften negativ. Forest wird von allen anwesenden ‚GutachterInnen' zutiefest beleidigt und gedemütigt. In voyeuristischer Manier wird vorgeführt, was ihre Fehler sind: „You look like your dad", „Bist du aus einem Clownsauto gesprungen?", „Das ist eine Farbkatastrophe, bist du farbenblind?", „Du siehst aus wie ein obdachloser Gremlin!" Sie wird gelehrt, wie sie es schafft, eine erfolgreichere Person ihrer selbst zu werden: „Mit dem richtigen Stil schaffst du es, dich von deiner besten Seite zu repräsentieren!" Dem ‚Opfer' werden solange ihre vermeintlichen Fehler vor Augen geführt, bis es nachgibt und sich der Herausforderung stellt. Obwohl sie zuvor kein Problem sah, ist sie letztlich dankbar für das Aufzeigen des ‚richtigen Weges'. Sie wird ‚freigelassen' um im neuen Gewand ihre Ziele zu verfolgen.	

Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?** Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen Inszenierung v. Homosexualität	Zwei junge Softwareentwicklerinnen klagen eine Suchmaschinenfirma wegen Manipulation des Rankings ihrer Website durch veränderte Algorithmen an. Es sagen viele männliche Zeugen für die Gegenseite aus, die sie des Plagiats beschuldigen– ihre Arbeit wird nicht ernstgenommen Zurückhaltung Unnahbarkeit Überlegt/strategisch Optik (Anzüge vs. Kostüme)	„Sie ist nicht mädchenhaft!“, „Sie steht da wie ein Kerl!“ Ihren Stil beschreibt sie als „jungenhafter Hippiestyle“. Legere Kleidung wird an Frauen nicht geschätzt und wird als „unweiblich“ eingestuft, sie solle zeigen, welche „super Figur sich hinter diesen Bauernröcken verbirgt“ Weiblichkeit bedeutet eng anliegende, romantische, kurze Kleidung – also die Sicherstellung von Weiblichkeit Röcke, High Heels, romantische Tuniken und Kleider „Trenn dich von deiner maskulinen, kastenförmiger Kleidung“ (und zeig´ dass du eine ‚echte‘ Frau bist) → Herstellung und Relevanz einer Geschlechterdifferenz → „Kulturelle Genitalien“ ➔ Verfolgen der durch den Markt vorgegebenen Definitionen von Weiblichkeit	**Frauen wollen eine Beziehung und Kinder, Männer wollen Spaß**. Gespräch zwischen Pete und Addison: A: „Auf Spaß bin ich nicht aus.“ P: „Sam meint, dass du dir einen Mann zum Heiraten wünschst“ A: Ja… P: ich war verheiratet. Ich habe nicht vor, das Ganze zu wiederholen. Das heißt, wenn du Spaß suchst, bin ich hier. Wenn du mehr suchst, dann…“ A: „…sollte ich mich woanders umsehen.“ Naomi´s misslungenes Date: „Der dachte wahrscheinlich, dass ich ein Kind von ihm will. Ich hab´nur noch ne Staubwolke gesehen“ Mitgefühl, Fürsorge, Neurotik
Multikulturalität	Kalina: Indische Wurzeln		Naomi als Spezialistin für Fruchtbarkeitsmedizin

Räume der Inszenierung farbiger Frauen Verhältnis zu weißen Frauen		Star-Stylist in der Sendung ist männlich, schwarz. US-amerikanisch-asiatische Moderatorin	gleichwertig
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit)	Spielen hier keine explizite Rolle Das Arbeitsumfeld erfordert eine angemessene Kleidung – alle Frauen tragen sehr elegante Kostüme, verspielt oder streng, aber immer	Überlebenswichtige Inszenierung Forest: „Kleidung ist mir nicht wichtig. Sie steht mir bei nichts im Weg.", „Ein Flicken setzt ein Zeichen gegen den Konsum in unserer Gesellschaft. Man will uns dazu zwingen, bei einem Fleck oder Riss gleich etwas Neues zu kaufen. Ich lebe einfach und kaufe nicht mehr als ich brauche!" „Die Modeindustrie zerstört unseren Planeten", „Mode ist ein Werkzeug der Konzerne, um dich zum Konsum zu bewegen" ➔ Reflektierter, nachhaltiger Umgang mit Kleidung ➔ Diskurs Fairer Handel, Produktionsbedingungen Vs. Stylisten „Die Modeindustrie ist milliardenschwer und beschäftigt weltweit Millionen von Menschen. Ohne sie hätten viele gar keine Arbeit" → Diskurs Paradoxon Globalisierung Jeannie: Mode kostet kein Geld! Stil kostet keinen Penny!" →Billigmode „Willst du die Welt retten, oder sie mit deinem	Implizit Alle stets elegant und ihrem Einkommen entsprechend gut gekleidet. Einzige Ausnahme in dieser Episode ist Charlotte, die entsprechend ihres Unwohlseins eher ungepflegt wirkt und im Sweater daherkommt.

Verbundene Werte	extravagante High Heels Selbstsicherheit, Respekt, Weiblichkeit	schlechten Geschmack zerstören?" ➔ Zuschreibung von Unzurechnungsfähigkeit ➔ Kein Verständnis für ethische Denk- und Handlungsweisen, weil sie dem Status quo /hegemonialen Normen widersprechen	Weiblichkeit+Stilsicherheit
Anmerkungen		➔ Symbolische Gewalt/Weiblichkeit/ *class* ➔ Herstellung Geschlechterdifferenz und Definition von Weiblichkeit ➔ Selbstdisziplinierung oder Ausgrenzung/Bestrafung ➔ Abwerten alternativer Lebenseinstellungen ➔ Illustration dessen, wie stark Normen wirken. Aus einer Person, die voller Überzeugung und Selbstsicherheit am Anfang antrat, wurde eine verunsicherte Person gemacht, die ihre „Fehler" anerkennt ➔ Kampf der Diskurse (Konsumkritik vs. Modeindustrie), hegemoniale und abweichende „Wahrheiten" ➔ Durch die extrem voneinander abweichenden Einstellungen werden durchaus oppositionelle Lesarten zugelassen, die das Ausmaß an Manipulation durch den Markt und seine	

		➔ Industrien veranschaulichen zu vermögen Aufgreifen postfeministischer Aspekte, bspw. Normalisierungszwang, Leistungsdruck, Aufmerksamkeitsräume: Schönheit als Instrument der Unterdrückung (was hier verschleiert wird, weil sie als dankbare Person aus der Show entlassen wird: nun geht es ihr ‚besser')	
Positionen	• Heterosexuelle, US-amerikanische **Ehefrau, Mutter und erfolgreiche Strafverteidigerin** Anfang 40 • Heterosexuelle, US-amerikanische **Anwältin** Mitte 50, die für ihre Karriere auf Familie verzichtet hat • Homosexuelle, US-amerikanische **Privatdetektivin** mit indischen Wurzeln, Anfang 30 • Homosexuelle, US-amerikanische Bundes- bzw.- **FBI-Agentin** Anfang 30 • Heterosexuelle, US-amerikanische **Journalistin/Reporterin** Mitte 40	• US-amerikanische Umweltaktivistin Mitte 20 in der Ausbildung zur Heilpraktikerin mit Anpassungs- bzw. Anerkennungsschwierigkeiten aufgrund ihres fehlenden Stilgefühls • Heterosexuelle, US-amerikanische erfolgreiche Modeexpertin/TV-Moderatorin mit asiatischen Wurzeln Mitte 30→ Die Mode-Tussi	• <u>Addison</u>: hetereosexuelle, weiße US-amerikanische anerkannte Medizinerin Anfang/Mitte 40 mit dem Wunsch nach Familie(nglück) • <u>Naomi:</u> heterosexuelle, afroamerikanische Medizinerin Anfang/Mitte 40, geschieden, auf der Suche nach einem neuen Partner • <u>Charlotte</u>: heterosexuelle, US-amerikanische Medizinerin und Klinikdirektorin, deren Kindheit sich auf ihren Umgang mit und Einstellung

	• US-amerikanische **Studentinnen bzw. Software-Entwicklerinnen** (Anklagende vor Gericht) Mitte 20		zu positiven Bindungen zu anderen Menschen auswirkt (der ‚Drachen' bzw. „Tiger" der Serie) • <u>Violet:</u> heterosexuelle, US-amerikanische Psychiaterin Anfang/Mitte 40 mit herausragender Großzügigkeit und Fürsorge ➔ Alle erfolgreich, aber Single ➔ Alle auf der Suche nach einer funktionierenden Beziehung (die Norm, die sie versuchen zu erreichen)

Serie/Figuren➔	**Beverly Hills 90210** **Genre: Romantik/Drama-Serie** **Produktionsjahr: 1997**	**Body of Proof** **Genre: Krimiserie** **Produktionsjahr: 2010/11**	**Hit the Floor** **Genre: Tanz-Drama Serie** **Produktionsjahr: 2013**
Übergeordnete Diskurse/Thematiken	Wohlstand, Erwachsenwerden, Stalking, Vergewaltigung, Freundschaft/ Eifersucht, Unternehmertum	Aufklärung eines Mordfalls, körperliche/psychische Gewalt, Bestechung/Korruption, psychische Erkrankungen, Erziehung, Mütterlichkeit	Wettkämpfe und Konkurrenz zwischen Tänzerinnen eines Cheerleading Teams einer Basketballmannschaft. Erotik/Sex, Macht, Profit
Weiblichkeit=Körperlichkeit ?		Keine explizite Relevanz	**Weiblichkeit wird ultimativ auf Körper reduziert**

Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung Körper+Macht Körper+Disziplinierung	Hegemoniale Konstruktionen, keine alternativen Entwürfe (schön, reich, elegant, erfolgreich) Tänzerinnen ‚verdrehen' Steve den Kopf ➔ Anziehung durch erotische Ausstrahlung	Hegemoniale Konstruktionen: Pathologin und ihre Chefin sehr attraktive, gut gekleidete und beruflich erfolgreiche Frauen	**Perfektionierte Körper, sportliche/athletische Körper, sexualisierte Körper, Körperbeherrschung/Disziplinierung** „Alle kommen, um euch zu sehen. Ihr müsst perfekt sein. Und ihr werdet perfekt sein!" **Perfektion→ Intelligible Weiblichkeit** ➔ Ständige, öffentliche Darbietung weiblicher Körper (beim Vermessen der Körpermaße in Unterwäsche – man erfährt nie wofür, beim Fotoshoots für die Presse) ➔ Männliche Blicke repräsentiert durch chauvinistische Basketballspieler: „Ihr seht gut aus, Ladies" (Objektifizierung getarnt als Kompliment) ➔ Vermeintliche Ermächtigung bei tatsächlicher Degradierung. → Vermarktung weiblicher Körper in erotischen Posen (für Merchandise Artikel zur Repräsentation des Vereins) Tänzerinnen betrachten ihre Körper als Ressource zu Macht, Geld, Erfolg → Zu eigenem Zweck Körper ‚verkaufen' : „Ich sage niemals nein!" „Ich bin jetzt ein Devil-Girl. Ich muss nie wieder Miete zahlen" (eine Tänzerin bekommt im Tausch gegen

			Sex ein Auto von einem Manager) ➔ **„Ich brauche kein Geld, Yelena. Ich bin mit einem Devil Spieler verheiratet"** ➔ **Selbstdefinition nur in Bezug auf den Mann** ➔ **Objektifizierung/Reduzierung des weiblichen Körpers** ➔ **Anerkennung und Internalisierung des männlichen Blicks**
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen Homosexualität	 Traditionell: Brandon und Tracy: „Lass es mich nicht bereuen!" Romantische/klischeehafte/'natürliche' Szenerie im Heu Ein Flashback Donnas zeigt ihre Erinnerung an eine versuchte Vergewaltigung **→ Unterdrückung/sexuelle Gewalt** **→ Angst/Verzweiflung, Hilflosigkeit Unschuld** /		Herausgestellt durch extrem **sexualisierte Posen** während des Tanzes (Finger in den Mund, Tanzen an einer Stange). **Promiskuität/** **Prostitution:** Sex in der Umkleide im Tausch gegen ein Auto! Grenzen zwischen privat und öffentlich fließend: als „Überraschung" behält Usher ihr Trainingsoutfit für ihren Freund an ➔ Erotische Ausstrahlung (in der Arena und im Bett) ➔ „Professioneller" Tanz!? Absolut heterosexuell kodiert. Große (schwarze) Basketballspieler und zierliche, durchtrainierte weibliche Körper: „Kein Techtelmechtel mit den Spielern!"

			• Männer beweisen ihre Männlichkeit durch starke Körper – klare Abgrenzung männlich – weiblich
Feminismus Explizit/Implizit?	Frauen sind selbstbewusst, ertragen allerdings die Anweisungen, sexistischen Sprüche der Männer oder befolgen deren Ratschläge „Claire, willst du unser T-Shirt-Model sein?" ➔ **Deutlich sexistisch, ermöglicht oppositionelle Lesart** ➔ **Objektifizierende Einstellung gegenüber Frauen** wird von Claire mit einem Kopfschütteln und Augenverdrehen beantwortet, aber nicht gekontert (à: So sind sie eben…)	Implizit: Erfolgreich im Job, unbeirrt, durchsetzungsfähig, selbstbewusst	
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung Eigenverantwortlichkeit Selbstbestimmung mittels…. Ermächtigung über….	Auf der Ranch ihrer Eltern: Tracy kümmert sich um **Hausarbeit** und kocht für ihren Freund Brandon. Er bietet ihr Hilfe an, die sie aber ablehnt ➔ **Einvernehmliche Übernahme von Rollenmustern**		**Internalisierung von Körpernormen und die sexualisierte Zurschaustellung des weiblichen Körpers wird als ermächtigend dargestellt.** Im Gewand der Selbstermächtigung durch selbstbewusstes Umgehen mit dem Körper wird **Weiblichkeit zum Objekt, zur Marke, zur Ressource** ‚Erstrebenswert', sich und seinen Körper durch andere bewerten zu lassen …die meisten ‚anerkennenden' (männlichen) Blicke

Berufe	In dieser Episode keine Hinweise Studentinnen Valerie führt zusammen mit David einen Nachtclub/ eine Bar	Pathologin Chefin der Pathologie Polizeibeamtin	Tänzerin zu sein als das ultimative Ziel: „Einen cooleren Job gibt es nicht!" Barchefin Tanzcoach (Männer sind Manager, Trainer oder schwerreiche Geschäftsmänner)
Partnerschaft/Familie Diskurse	Nostalgische Autofahrt des Paares Brandon und Tracy in einem Cabrio David und Donna Valerie und Tom ➔ **Partnerschaften/Beziehungen** Dreh- und Angelpunkt	Spannungen zwischen Megan und ihrem Ex-Mann: er will sie zurück, sie stößt ihn von sich/misstraut ihm: er hatte ein Date mit einer Kollegin ➔ Scheidungen, Sorgerecht, Vertrauensmissbrauch	Usher führt eine scheinbar ehrliche und vertrauensvolle Beziehung zu ihrem Freund, Ushers Mutter Sloan hat dem Coach der Devils (Basketballmannschaft) vorenthalten, dass U. seine Tochter ist ➔ Vertrauensmissbrauch ➔ Alleinerziehende Mutter
Freundschaft/Zusammenhalt/ **Konkurrenz**	Enttäuschung: Donnas Freundinnen nehmen ihre Angst nicht ernst und verspotten ihren ‚Verfolgungswahn'	Megan erhält zurechtweisende Unterstützung durch ihre Chefin	**Konkurrenz und Feindseligkeit** unter den Tänzerinnen, es geht stets darum, die Beste zu sein, sich gegenüber anderen zu beweisen, hervorzuheben**, Selbst-Management, Arbeit am Selbst**
Dimensionen d. Selbstmanagements Schönheit Beruf Erziehung....			**Wettkampf** Devil-Girls „Bootcamp" um den Tanz, die Performance, die Körper zu perfektionieren Kein Überschreiten der Vorgaben (Sicherstellen durch Vermessung) Masochismus
Make-Over-Paradigma			
Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?**	**Männer unternehmen, Frauen kritisieren** Steve und Dick planen die Organisation einer Superbowl-Party und suchen nach	Megan zeigt sich dem ‚Opfer', eine 15 jährige Insassin einer psychiatrischen Klinik, **einfühlsam und besorgt** gegenüber	**Männer haben Macht, Frauen suchen Anerkennung** (als erotische Tänzerinnen, durch Zurschaustellung für den männlichen Blick)

Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen I	einer Marketingstrategie. Die Einnahmen sollen in ein Literaturprojekt fließen Claire äußert sich zuerst kritisch über die fixen Ideen der Männer, segnet dann aber die Idee ab. David und Tom kümmern sich um die Einrichtung des Clubs für das Wochenende. Valerie als Geschäftspartnerin Davids fühlt sich übergangen, fordert aber neben ihrer Kritik ihre Mitbestimmung nicht ein. Als die Party gut läuft, gibt sie sich geschlagen und unterstützt David. Als Symbol der „gemeinsamen Arbeit" kauft sie sogar einen Schreibtisch. ➔ **Frauen übertreiben, Männer behalten recht** ➔ **Weibliche Zurückhaltung und Akzeptanz („Das ist Männersache!")** <u>Männer:</u> Überzeugung, Unbeirrtheit, Teamgeist, Übertreibung, schnelle Lösungsansätze für selbst verursachte Probleme <u>Frauen:</u> Kritik, Unzufriedenheit, Anzweifeln ‚männlicher' Pläne, aber keine Gegenvorschläge: -→ **nach anfänglicher Kritik folgt Anerkennung und Unterstützung** Football/Sport männlich kodiert	Ihr Ex-mann und ermittelnder Detective rät ihr zu Beginn aufgrund ihrer eigenen **Mutterschaft, objektiv zu bleiben** und sich nicht zu sehr von ihren Gefühlen leiten zu lassen Doch genau diese Eigenschaften – ihre Gutmütigkeit und Mitgefühl, gepaart mit ihrem sonst nützlichen ‚weiblichen' Instinkt – werden ihr zum Verhängnis: genau hierauf hatte es die Insassin abgesehen, um aus der Klinik zu entkommen: ihren „wunden Punkt" zu treffen und ihre Hilfsbereitschaft zu missbrauchen Sie kritisiert die Mutter, der sie Egoismus und Kalkül vorwirft: „Was sind sie nur für eine Mutter!" Mitgefühl, Hilfsbereitschaft, mütterliche Instinkte ➔ **Kopplung Berufliches und Privates** Verhandlungen und Befragungen beginnt der Detective und dominiert sie	Um die Differenz zwischen sich und dem **„Beiwerk"** klarzustellen, bezeichnet Usher die Frauen um einen Basketballspieler (denen sie in Bezug auf ihr Outfit in nichts nachsteht!) als „Horde Schlampen und Nutten" →**Status/Klasse** Männliches Dominanzverhalten durch Drohungen, Degradierung und respektloses Verhalten gegenüber Frauen ➔ **Frauen als Ware**

	Verbünden gegen die Männer: „Was ist nur los am Superbowl Wochenende? Das wäre eine soziologische Studie wert: Was mit Männern passiert, wenn es keine Frauen auf der Erde gäbe. Ich sag‘ dir – die würden wieder auf allen Vieren kriechen, der absolute Rückschritt!“ (Claire zu Donna) ➔ **Männer primitiv, Frauen zivilisiert** ➔ **Frauen in Beziehung zu Männern: ohne sie wären Männer hilflos** Bewusstsein und Herausstellen von binären Oppositionen/Verhaltensunterschieden: keine Annahme anderer Sexualitäten Gegeneinander von Meinungen, Überzeugung vs. Kritik, Männer behalten Recht und Frauen unterstützen sie in ihrem Vorhaben (sowohl Valerie als auch Claire)	Ansonsten rein männliches Ermittler- und Untersuchungsteam	

Inszenierung v. Homosexualität			
Multikulturalität Räume der Inszenierung farbiger Frauen Verhältnis zu weißen Frauen	Keine in dieser Episode	Südamerikanisch angehauchte Polizeibeamtin	Schwarze Frauen als Tänzerinnen, Weiße als Coaches Ungezähmt, erotisch, wild
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit)	Obwohl von keinen Jobs die Rede ist, wohnen die Figuren (alle Anfang zwanzig) in sehr wohlhaben wirkenden eigenen Häusern oder stilvoll eingerichteten Wohnungen Alle Figuren sind elegant und stilvoll gekleidet →keine Verhandlung über finanzielle Angelegenheiten ➔ Gute Kleidung= Selbstverständlichkeit ➔ Wohlhabend: Beverly Hills steht für Reichtum, Strandvillen und schöne Menschen – hiervon gibt es keine Ausnahmen ‚typisch' Neunziger – ausgefallen, bunt, und etwas übertrieben. Kurze Kleider, bauchfreie Tops und Jeans, tiefe	 Auffällig ist der Kleidungsstil der Pathologin, auch an Tatorten: sie trägt stets enge Kleider oder	 Hotpants, Bustiers (mehr nicht)oder Unterwäsche

Verbundene Werte	Ausschnitte	Kostüme und enorme High Heels, roter Lippenstift und wallendes, offenes Haar – keine praktische Arbeitskleidung → **Weiblichkeit sicherstellen**	„Süß und sexy"
Anmerkungen	Deutliches Herausstellen binärer Geschlechterunterschiede Einbehalten traditioneller Geschlechterrollen Weibliche Figuren kritisieren chauvinistisches Verhalten, setzen sich diesem aber nicht handelnd entgegen, sondern ertragen es nur Hegemoniale Weiblichkeitsrepräsentationen	Auch an Tatorten, wenn Megan und ihr Ex-mann aufeinander treffen, knistert es. Megan ist deutlich **eifersüchtig** auf Tommys Kollegin: „Läuft da was zwischen euch?" – „Nein! Was machst du, dein Revier markieren?" **Gefühle beeinflussen ihre Ermittlungen** und vice versa – sie macht sie Vorwürfe und bekommt **Selbstzweifel**, was sie noch alles missinterpretiere Hervorheben ihrer **Funktion als Mutter** und einer möglichen Beeinflussung (warum könnte das dem Vater, der beteiligt ist, nicht passieren?) ➔ **Weiblichkeit/Erziehung/ Gefühle/Subjektivität**	➔ Sexistisch, degradierend, verhöhnend ➔ Frauen werden als Objekte im Tarnmantel des ‚größten Wunsches' ein Tänzerin zu werden und somit die Wahlfreiheit herausstellend, repräsentiert ➔ Weiblichkeit als Körperlichkeit, eine andere Relevanz erhält sie nicht ➔ Disziplinierung und Promiskuität als anerkannter Wert auf dem Weg zur (weiblichen) Macht ➔ Frauen nur in Bezug zu Männlichkeit definiert – sie ‚tanzen' in Unterstützung für, werden gecoacht und bewertet durch die internalisierten Blicke der Männer ➔ Kein Leben außerhalb dieser „brutalen Welt" ➔ Keine anderweitig erstrebenswerten Ziele dargestellt ➔ Macht für Frauen über hegemoniale, disziplinierte Körper

Positionen	• Donna weiße, US-amerikanische, heterosexuelle Studentin und naiver ‚Pechvogel' Anfang 20 aus wohlhabender Familie • Valerie weiße, US-amerikanische heterosexuelle, tückische/ihre Schönheit nutzende Frau Anfang 20 aus wohlhabender Familie • Claire weiße, US-amerikanische heterosexuelle, (außen) rebellische vs. (innen) unsichere Studentin Anfang 20 aus wohlhabender Familie • Tracy weiße heterosexuelle Natur- und Pferdeliebhaberin Anfang 20 aus Arbeiterfamilie • Kelly weiße heterosexuelle US-Amerikanische Studentin/Modeliebhaberin und ‚klassische' Schönheit (die Beliebte), Anfang 20 aus wohlhabender Familie	• Dr. Megan Hunt, heterosexuelle, US-amerikanische Gerichtsmedizinerin, geschieden, Mutter einer 14-jährigen Tochter. Intelligent, Emotionen und Instinkt geleitet. Anfang/Mitte 40 • Dr. Kate Murphy, heterosexuelle, US-amerikanische Chefin der Pathologie. Durchsetzungsfähige und ermahnende, aber beschützende Funktion v.a. gegenüber ihrer Mitarbeiterin Hunt. Mitte 40. • Riley, Heterosexuelle, US-amerikanische Polizeibeamtin mit südamerikanischen Wurzeln, Anfang 30.	• Heterosexuelle, afroamerikanische ehemalige Tänzerin/Devil-Girl, alleinerziehende, gutmütige, aber wenig durchsetzungsfähige Mutter, die zwar besorgt um ihre Tochter ist, sie auf ihrem Weg unterstützt. Anfang 40 • Heterosexuelle, afroamerikanische, loyal, naive und ehrgeizige Tänzerin/Cheeleaderin Anfang 20 • Heterosexuelle, US-amerikanische Tänzerin, die als Mittel zum Erfolg ihren Körper ‚verkauft', Anfang 20 • Heterosexuelle, US-amerikanische ‚mächtige' Tanztrainerin im Auftrag der weiblichen Disziplinierung, Frau eines Spielers, Anfang 40 • Heterosexelle, afroamerikanische ‚Star'-Tänzerin: die Intrigante, Anfang 20

Serie/Figuren→	**Beauty and the Beast** **Genre: Fantasy/Romantik/Krimi/Drama** **Produktionsjahr: 2012**	**Curvy Girls** **Genre: Reality-Doku** **Produktionsjahr: 2012**	**Sex and the City** **Genre: Romantik-Comedyserie** **Produktionsjahr: 1997/98**
Übergeordnete Diskurse/Thematiken	Kriminalität, Verbrechensbekämpfung, Gerechtigkeit, Beziehungen	Modelbusiness, Körpernormen, Erfolg, Beziehungen	Beziehungs- und Sexleben vier New Yorker Single Frauen auf der Suche nach Antworten und ‚dem Richtigen'
Weiblichkeit=Körperlichkeit?		Vorgestellt wird die **Anti-Norm**: Füllige Frauen mit dem Ziel, als	

Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung Körper+Macht Körper+Disziplinierung	Keine explizite Relevanz, 2 weibliche Hauptfiguren hegemoniale Konstruktionen „Beauty" beschreibt die schöne Polizistin Catherine Chandler Catherine: Zierlich, lange braune Haare, Ende 20 Tess: Groß, schlank, lange schwarz-braune welliges Haar, Ende 20 ➔ Schön UND erfolgreich als Selbstverständlichkeit	Plus-Size Models das Mode-Business zu erobern Berichten von **Essstörungen und dem Wunsch nach Anerkennung** *wie sie sind* Aber: Weiterhin **Reduzierung von Weiblichkeit auf äußeres Erscheinungsbild** Die Frauen sind fülliger als ‚normale' Models und **stellen somit einerseits rigide Körpernormen infrage**. Andererseits stützen sie das von ihnen kritisierte System, indem sie sich in dieses einfügen – durch dieselben Schönheitsprozeduren (Schönheitsoperationen, Haare, Make-Up, Kleidung/Schmuck), explizit betonter Weiblichkeit und der für diese notwendigen ‚Arbeit' **Disziplinierung** entweder zur Aufrechterhaltung des Gewichts, andererseits Diätmaßnahmen zur Reduktion dieses. **Stetige, kritische Auseinandersetzung mit dem eignen Körper** So ist eines der Models so fixiert auf die Form ihrer Brüste, dass sie sich einer zweiten Operation	Fragen zu selbstbewusstem Umgang mit dem Körper werden vielfältig aufgegriffen, alle vier Protagonistinnen entsprechen hegemonialen Vorstellungen von Weiblichkeit Jugendlichkeit als begehrte Eigenschaft (von Männern an Frauen und Frauen an Frauen) Weibliche sexuelle Ermächtigung über das Nutzen eines Vibrators, was im Laufe der Episode allerdings demoralisiert wird (siehe Sexualität!)

		unterzieht ➔ Anhaltende Arbeit zur Behauptung von vermeintlicher Authentizität, ihrer „echten Schönheit" ➔ Übernahme von Weiblichkeits- bzw. Schönheitsnormennormen erscheint kontrovers hinsichtlich ihres Ziels, eine davon – das Gewicht – zu hinterfragen.	
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen	/		Diskussion um das Für und Wider des Einsatzes von Vibratoren: Charlotte: „Ich hebe mir Sex für jemanden auf, den ich liebe!" Miranda: „Hervorragend – und wo nimmst du den Mann her?" ➔ Man kann nicht alles haben, was man will ➔ Aber: Sexuelles Begehren trotzdem nicht zurückstecken ➔ Selbst ist die Frau: Sexuelle Selbstbestimmung Charlotte: „ich fürchte, ich breche mir meine Vagina. Der ‚Rammler' – ich fürchte, wenn das so weitergeht, kann ich nie wieder mit einem Mann ins Bett gehen!" „Mit ein bisschen Hilfe ihrer Freundinnen entschied Charlotte,

Homosexualität			dass sie sich nicht mehr mit sich selbst begnügen würde" ➔ ‚Falschen' Sex nicht mit ‚echtem' Sex mit Männern verwechseln!
Feminismus Explizit/Implizit?	Keine explizite Relevanz Beruf der Polizistin im Morddezernat beweist Stärke, Furchtlosigkeit, Intelligenz und Kampfgeist ➔ Selbstverständlichkeit	Feministischer Unterton: Kritik an Stereotypen und selbstbewusster Umgang mit dem eigenen Körper wird konterkariert durch die im Business erwartete und notwendige Arbeit am Selbst	An Diskurse der Zweiten Welle angelehnt. Unabhängige, erfolgreiche Single-Frauen auf der Suche nach gleichberechtigten Partnerschaften und befriedigenden Beziehungen mit Männern ➔ Heterosexuell kodiert ➔ Aber: trotz selbstbewussten, offenen Umgangs mit Sexualität äußern sich immer wieder traditionelle Vorstelllungen/Wünsche (hier: Ehe als Ziel)
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung Eigenverantwortlichkeit Selbstbestimmung mittels.... Ermächtigung über....		**Oberflächlichkeit** Zur Schau stellen von Weiblichkeit Disziplinierung des eigenen Körpers/Relevanz des Äußeren Internalisierung von Schönheitsnormen und die Relevanz weiterhin **ideal proportionierter Frauenkörper** Durch das Darstellen des Extrems wird die Norm bestätigt.	Ehe als kulturelle Norm
Berufe	Catherine: Polizistin im Morddezernat	Model	Carrie als Sex- und Beziehungs-

	Tess: Kollegin/Polizistin im Morddezernat		Kolumnistin Samantha führt ihre eigene PR-Firma Charlotte als Kunsthändlerin Miranda als Rechtsanwältin
Partnerschaft/Familie Diskurse	Beziehung zwischen der „Schönen" und dem „Biest" Vincent; Cat befindet sich immer wieder in Situationen, die ihre ‚Rettung' erforderlich machen	Karriere vs. Familie Berufliche Notwendigkeit zur Flexibilität lässt Beziehungen schwer zu. Eine der Frauen trennt sich von ihrem langjährigen Freund, eine andere teilt sich das Sorgerecht für die Tochter mit ihrem Ex-Freund ➔ **Wunsch nach Unabhängigkeit, Erfolg, Selbstfindung** Weiterhin stetige Suche nach einem Partner mit „ehrlichen Absichten" ➔ **Vereinbarkeit Beruf und Familie**	In dieser Episode: Wünsche bzw. Vorstellungen von der „idealen" Beziehung verabschieden?: „Ist es in einer Stadt der großen Erwartungen Zeit, sich mit dem zu begnügen, was man kriegen kann?" Carrie (zu Standford): „Big glaubt nicht ans Heiraten" ➔ Hoffnung romantische Liebe ➔ Ehe zur Aufrechterhaltung traditioneller Vorstellungen von Partnerschaft Carrie zu Big: „Irgendwann möchte ich mal heiraten. Also nicht unbedingt heute, aber ich kann…ich will nicht…auf Dauer keine Beziehung zu jemandem haben, der es nicht will"
Freundschaft/Zusammenhalt/ Konkurrenz		Neid und Konkurrenz zwischen den befreundeten Model-Kolleginnen	Carrie stellt fest, dass sie nicht mit einem Mann auf Dauer zusammen sein kann, der nicht heiraten möchte. Ihr schwuler Freund Standford bietet sich ihr humorvoll an: Stanford: „Du willst unbedingt alles,

			oder"? Carrie: „Nein, alles bekommt wohl keiner"... Stanford: „Wer würde dich ermutigen, deinen Mann zu betrügen und dir teure Schuhe zukaufen!?" →Verständnis/Zusammenhalt →Selbstbewusstes Einstehen für Wünsche/Ziele ➔ Hochzeit als ultimativer, heterosexueller (!) Liebesbeweis ➔ Propagierung/Idealisierung von Ehe/traditionellen Beziehungsvorstellungen unter dem Deckmantel feministischer Werte
Dimensionen d. Selbstmanagements Schönheit Beruf Erziehung....		Aufrechterhaltung von Weiblichkeit durch idealisiertes äußeres Erscheinungsbild als Bedingung für beruflichen Erfolg. Bereitschaft, Beziehungen und Familie aufs Spiel zu setzen Zielstrebigkeit, Anpassung	Selbstmanagement in Beug auf Beziehungen/Partner
Make-Over-Paradigma		Schönheitsoperationen Optimierung des Körpers durch Gewichtskontrolle	
Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?**	Der Serientitel beschreibt bereits Geschlechterdifferenzen		Frauen wollen heiraten und geben die Hoffnung auf die ‚große Liebe' nicht auf, Männer halten sich zurück

Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen	2 Frauen als Hauptfiguren, restlichen Hauptdarsteller bzw. Polizisten sind männlich „Held": Vincent „Heldin": Catherine Catherine smart/clever, mutig Optik deutlich durch normativ-stereotype m/w Marker codiert und lässt keine Zweifel als Geschlechtsidentitäten zu Verständnisvoll, hoffnungsvoll Vincent: Beschützer/Retter	, Hoffnung, Schwäche ‚Zickenkrieg': Eifersucht, Neid, Missgunst, Konkurrenz	und probieren sich aus. Männer nehmen sich was (und wen) sie wollen, bei Frauen spielen moralische Vorstellungen eine Rolle – diese Unterschiede werden in der Episode hinterfragt: die sonst so selbstbewusste Samantha wird versetzt und erfährt erstmals Konkurrenz durch jüngere Frauen: „Er hatte sich offensichtlich etwas anderes geholt, das er noch schöner fand" Unterschiede zwischen Männern und Frauen als Dreh- und Angelpunkt der Serie Wenn frau nicht bekommt was sie will, dann sorgt sie dafür, dass sie das , was sie hat, so gestaltet, wie es zu ihren Selbstzwecken richtig erscheint: Samantha versucht, aus einem unattraktiven Mann („der Schildkröte") ein ansehnliches Erscheinungsbild zu machen – doch der innere Kern, muss sie feststellen, bleibt der selbe ➔ Nicht begnügen mit dem was man hat!

Inszenierung v. Homosexualität			➔ Männer als Vorbild (als Maßstab?) ➔ Hemmungen verwerfen und auch mal egoistisch sein ➔ Unterschiede selbstständig dekonstruieren Carrie mit ihrem schwulen Freund Stanford
Multikulturalität Räume der Inszenierung farbiger Frauen Verhältnis zu weißen Frauen	Nina Lisandrello (Tess) südamerikanische Wurzeln Polizistin	Lateinamerikanische Models	
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit)	Keine Relevanz Mode zeichnet sich als weiblich, aber „cool" bzw. taff aus. Simple Shirts/Tops, Jeans und Lederjacken	Große Relevanz, ergibt sich aus dem Kontext Betonung weiblicher Attribute, hegemoniale Kleiderordnungen	...spielt in SATC eine enorme Rolle. Alle Protagonistinnen sind (in ihrer eigenen Weise) immer sehr gut, elegant, ‚sexy'/weiblich gekleidet und geben somit Aufschluss über ihre Identität/ihr Wesen – vgl. Unterschiede Samantha und Charlotte, während Carrie stets das „Recht einer Frau auf Schuhe" einfordert. ➔ Starke Konsumorientierung ➔ Mode als Mittel zum Ausdruck verschiedener Einstellungen/Weiblichkeite

Verbundene Werte			n
Anmerkungen	Dreh- und Angelpunkt des Plots, ist Vincent Mengenverhältnis Frauen/Männer ungleich, zwei weibliche Hauptfiguren unter vielen männlichen Beamten, dem Helden Vincent und Gerichtsmediziner Austin Hegemoniale Konstruktionen, die außergewöhnliche, insb. jugendliche Schönheit der Polizistin wird durch Titel bereits hervorgehoben und impliziert unerfahrenen Charakter, der ihre Rettung nötig macht Catherine stets beschützt durch Vincent	**Subversives Potenzial erweist sich als Bestätigung von Normen Nur durch das Gewicht machen die Frauen einen ‚Unterschied' – alle anderen ges. Erwartungen an das äußere Erscheinungsbild werden beibehalten bzw. sogar bewusst betont.**	Hinter Carries selbstbewussten und anspruchsvollen, durch feministische Werte inspirierte Überlegungen und Fragen tritt ihr teilweise normatives, ‚traditionell' feminines Begehren hervor
Positionen	• Catherine: Heterosexuelle, US-amerikanische Polizeibeamtin des NYPD. Ende 20, naiv/übermütig, clever, mutig und jugendlich schön. • Tess: Heterosexuelle, US-amerikanische Polizeibeamtin des NYPD mit südamerikanischen Wurzeln. Taff, mutig, ‚rassische' Schönheit mit männlich konnotierten Charakterzügen	• Heterosexuelles, US-amerikanisches Plus-Size-Model mit lateinamerikanischen Wurzeln Ende 20. Zielstrebig, selbstbewusst, körperbezogen (4)	• Carrie Heterosexuelle, US-amerikanische Großstadt-Single-Neurotikerin und Autorin Mitte 30, auf der kritischen Suche nach der großen Liebe • Charlotte heterosexuelle, US-amerikanische, konservative Wunsch-Ehefrau/Mutter und Galeristin Mitte 30

			• Samantha heterosexuelle, US-amerikanische überzeugt promiskuitive Single Frau und Beziehungsphobikerin, PR-Managerin, Anfang 40 • Miranda heterosexuelle, US-amerikanische Single-Frau, erfolgreiche Anwältin und • Mutter, Mitte 30
Serie/Figuren→	**Dance Moms** **Genre: Reality-Doku** **Produktionsjahr: 2011**	**Brothers&Sisters** **Genre: Drama-Serie** **Produktionsjahr: ab 2006**	**Rezept zum Verlieben (Film)** **Genre: Romantik/Drama** **Produktionsjahr: 2007**
Übergeordnete Diskurse/Thematiken	Karriere von Kindern im Tanz- und Showbusiness, Erziehung, Mutter-Tochter Beziehungen, Erfolg, Kraft, Disziplinierung	Familie/Freundschaft, Gesellschaftliche/Familiäre Zwänge, Politik, Beziehungen, Selbstverwirklichung	Beruf/Erfolg vs. Familie/Beziehung, Tod/Verlust, Erziehung/Elternschaft, Arbeitsethos, Selbstfindung/Selbstansprüche
Weiblichkeit=Körperlichkeit? Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung	Erziehung zur Körperlichkeit Disziplinierung, Normalisierung mittels psychischem Druck Erfolg mittels harter Arbeit am		Implizit und nebensächlich, aber selbstverständlich Hegemoniale Konstruktion: Kate (Catherine Zeta Jones) ist ‚selbstverständlich' schön, ohne Aufwand/ als Basis, weil die ‚Probleme' der Figur andere (Einsamkeit) sind

Körper+Macht Körper+Disziplinierung	(psychischen und physischen) Selbst „Wettkämpfe" zu gewinnen als ultimatives Ziel der körperlichen und emotionalen Disziplinierung: „Weinen macht es nicht besser!" „Andere Studios arbeiten sechs Monate an einer Performance – es ist verrückt, eine Performance in einer Woche zu lernen und aufzutreten" (Mutter)		
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen Homosexualität	Junge Mädchen (6+) werden stark sexualisiert in Kostümen, Kleidern, geschminkt	Innerhalb von Paarbeziehungen ➔ **Traditionell Muster** Kevin Walker als homosexuelles Familienmitglied wird von seinem Bruder um Samenspende gebeten, weil dieser selbst unfruchtbar ist -➔ **Infragestellen von ‚Männlichkeit'** ➔**Alternative Optionen für Erfüllung des Kinderwunsches**	
Feminismus Explizit/Implizit?	Anti-Beispiel: Disziplinierung Gendering Normalisierung und (symbolische) Gewalt Kein Platz für Bildung: „Ich stelle das Tanzen oft vor die Schule – das ist vielleicht nicht gut…" (Mutter)	Implizit Selbstbewusste, durchsetzungsfähige, moralische, ehrgeizige Frauen in den Hauptrollen, die verschiedene Positionen und (politische sowie familiäre) Einstellungen und Erfahrungen vertreten	Implizit Beruflich erfolgreiche, durchsetzungskräftige und unabhängige Frau mit hohen Selbstansprüchen, die ihr zum Verhängnis werden ➔ Keine Familie ➔ Keine Beziehung

	➔ Keine Förderung schulischer Leistungen, Trimmen auf Körperlichkeit		➔ Einsamkeit ➔ Unterdrücktes ‚Begehren' Ihre chronische Unzufriedenheit sorgt für Sorge bei ihrer Chefin, die den „Kontrollfreak" zum Psychologen schickt: Abgeneigt, sich selbst für jemanden ‚aufzugeben', Ansprüchen nachzukommen. „Wie lange ist es her, dass Sie eine Beziehung hatten?" ---„Ich weiß es nicht…so drei Jahre etwa" →Unabhängigkeit als ‚falsche' Einstellung
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung Eigenverantwortlichkeit Selbstbestimmung mittels…. Ermächtigung über….	**Genderingprozesse und einhergehend Normalisierungen beginnen im Kindesalter** „Maddy ist Perfektionistin.." (Kind bricht beim Tanzen zusammen, Mutter „erträgt kein krankes Kind") – „Nicht weinen – mach kein Theater – was ist los, du brichst nie das Training ab!?" → Vermeintlich eigene Entscheidung des Kindes zur „Perfektion" →Erfolgszwang →Manipulation/psychische Gewalt	Vorurteile und Stereotype über Homosexualität und Elternschaft werden verhandelt vor dem Hintergrund traditioneller Familienentwürfe ➔ **Homosexualität und Elternschaft** ➔ **Infragestellen traditioneller Verhältnisse/Erwartungen**	Selbstverständlichkeit mütterlicher Instinkte, die zuerst unterdrückt, dann in der Praxis offenbar werden ➔ Glück, Zufriedenheit, Freude durch Familie/Beziehung

	➔ **Erniedrigung/Drohung**		
Berufe	Kinder werden zu „Stars" herangezogen Tanzlehrerin ist „künstlerische Leiterin und Chefchoreographin der Abby Lee Dance Factory"	Kitty als politisch-konservative Fernsehmoderatorin/Journalistin Sarah als Vizechefin des Familienunternehmens Nora Walker Mutter/Beraterin in Erziehungs-/psychologischen Anliegen bei einem Radiosender	Küchenchefin eines Restaurants Besitzerin/Managerin eines Restaurants Mutter Köchin
Partnerschaft/Familie Diskurse		Vorurteile Anerkennung/Respekt Zusammenhalt/Unterstützung In dieser Episode: auf der Basis politischer und persönlicher Einstellungen/Erfahrungen wird das ‚Problem' der innerfamiliären Samenspende diskutiert **→moralisches Verhalten**	Einsamkeit durch zu viel beruflichen Ehrgeiz ➔ Vereinbarkeit Beruf und Familie ➔ (vermeintlicher) Selbstbetrug ➔ Erfahren des ‚wahren' Glücks und Wünsche erst durch Schicksalsschläge (Tod einer Schwester) Schwangere Kollegin lässt versteckte Wünsche erahnen (sie verkörpert Glück und Vorfreude)
Freundschaft/Zusammenhalt/ Konkurrenz	Konkurrenzkämpfe unter Müttern bzw. erwachsenen Frauen werden über ihre Kinder ausgetragen ➔ Hysterisch, selbstbezogen, arrogant ➔ Aufbau von Hierarchien („Meine Tochter ist immer an der Spitze der Pyramide")	s.o.	Respekt, wenig weiblicher Zusammenhalt, Ausnahme: Kate bringt ihre schwangere Kollegin zur Entbindung ins Krankenhaus)
Dimensionen d. Selbstmanagements	Entgegen der Behauptungen haben Mädchen keine „Wahl" ➔ Gewalt: Junge Mädchen werden		Kate ist stur, gereizt, und kritikunfähig; sie lässt keine Emotionen zu und ist lieber

Schönheit Beruf Erziehung....	zum Selbstmanagement (Optik, Ausdruck, Bewegungen, Einstellungen), zur Arbeit am Selbst gezwungen ➔ Anerziehen von „Wünschen": „Ich will nur, dass meine Kinder glücklich sind" ➔ Definition des Selbst über den (weiblichen) Körper Tanzlehrerin: „Es zählen Benehmen, Arbeitsethos, Bereitschaft, Folgsamkeit!"		unabhängig und selbstständig, als dass sie an sie gestellten Ansprüchen (durch einen Partner) nachkäme Durch den plötzlichen Tod ihrer Schwester erhält sie das Sorgerecht für ihre Nicht und ‚lernt', sich, ihr Verhalten über die Fürsorge für das Mädchen zu managen und erfährt ungekanntes Glück →Selbstmanagement
Make-Over-Paradigma			
Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?** Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen Inszenierung v. Homosexualität	„Mein Freund weiß, wieviel ich ins Tanzen investiere – er unterschreibt die Schecks!" → Erziehung: Frauensache; Finanzierung/Berufstätigkeit: Männersache Körperlichkeit, Optik, Konkurrenz, Individualismus, Selbstbezogenheit	Durch die Kulissen werden männliche und weibliche Sphären stereotyp gehandhabt Männergespräch vor einem Traktor im traditionellen ‚Südstaaten' Look Zusammenhalt zwischen Frauen (Mutter und Schwestern) vs. Zusammenhalt zwischen Männern (zwischen Brüdern) **→teilweise Implikation geschlechterspezifischer Angelegenheiten**	Mann weiß, was für Frau gut ist (und obwohl sie sich zuerst wehrt, gibt sie nach), repräsentiert durch den Psychologen und neuen Kollegen/Partner →Ablegen von Kontrollzwang/zu hohen Selbstansprüchen Sie: „Der Beruf ist mein Leben. Das hier, das bin ich!" Er: „Oh nein, das ist nur ein kleiner Teil von dir!" (verlässt sie, hinterlässt sie nachdenklich) →Schuld →Fehlverhalten

Multikulturalität Räume der Inszenierung farbiger Frauen Verhältnis zu weißen Frauen	Mutter/Tochter mit afroamerikanischen Wurzeln		Afroamerikanische Schulrekotirn
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit) Verbundene Werte	„Ich liebe es, meine Püppchen einzukleiden!" (Mutter) (Sowohl Mütter als auch Töchter), Kleidung hpts. pink-/lilafarben, Pailletten, Satin, Glitzer	Nicht betont weiblich, Jeans, Shirts, u.a. Karohemden, Blazer/Hosenanzug	Stimmung in Kleidung widergespiegelt: Schwarz, schlicht, elegant
Anmerkungen	Fehlgeleitete Erziehung/Erziehungsfehler, keine Ermöglichung von Kindheit/eigenen Erfahrungen, Verstärkung von gesellschaftlichen Genderingprozessen durch explizite Aufforderungen und Disziplinierungen Verständnisse von Definitionen über Weiblichkeit werden einem Kind in einem Alter auferlegt, in dem es diese noch gar nicht reflektieren/bewerten kann→ psychische Gewalt Härte, Strenge, Selbstbezogenheit und Konkurrenz als hervorgehobene und positiv konnotierte Werte Definition des Selbst über Körperlichkeit,	Liberal eingestellte mittelständische Großfamilie mit unternehmerischem Hintergrund Traditionelle Paarbeziehungen Vereinbarkeit Beruf und Familie (Sarah) Berufliche Hingabe (Kitty) Komplizierte Beziehungen Mütterliche Interventionen zum Zusammenhalt und gegenseitigem Verständnis Kitty fällt als Republikanerin aus dem liberalen Muster, steht für „Heim, Familie, Amerika", was sie als Hauptdarstellerin und ‚besonders'	Erfolgsorientierte und einsame Spitzenköchin lernt durch Schicksalsschlag und andere Menschen eine andere, betont emotionale Seite an sich selbst kennen, die sie bislang abwehrte, die aber – wie sie durch die ‚Hilfe' von anderen eingestehen muss – ihrem wahren Glück (Familie, Beziehung) im Weg stand. Sie leistet Widerstand und wird durch einen Mann ‚bekehrt', für den sie Gefühle entwickelt

	Bildung ist zweitrangig. Festigung und Stärkung von Geschlechterunterschieden	herausstellt Gegenüberstellen liberaler und konservativer Werte Herausstellen/Feststellen der Notwendigkeit der Äufklärung der „nächsten Generation" (bzgl. Diskriminierung Homosexualität)	
Positionen	• Anti-feministische Positionen: Heterosexuelle, US-amerikanische, Wettkampflustige, selbstbezogene Mütter mit fehlgeleiteten Erziehungsinteressen- und praktiken: Vertretung heteronormativer Gesellschaftsinteressen und Rollenstereotypen (3 weiß, 1 afroamerik.) (30-40) • Weiße US-amerikanische, gnadenlose und disziplinierende Tanzlehrerin Mitte 40	• Heterosexuelle, weiße republikanische US-Amerikanerin und eigensinnige ledige politische Journalistin mit starker Familienorientierung, Ende 30 • Heterosexuelle, weiße liberale, verheiratete US-amerikanische Vize-Unternehmenschefin, zwei Kinder, die versucht, Familie und Beruf zu vereinbaren. Ende 40 • Heterosexuelle, US-amerikanische Mutter von 5 Kindern, Anfang 60, tolerant, großherzig, bestimmt, bestärkt den familiären Zusammenhalt, verwitwet	• Heterosexuelle, weiße US-amerikanische Spitzenköchin Mitte 30, die sich durch ihre Erfolgsorientierung selbst im Weg steht. → die bekehrte Feministin • Heterosexuelle, weiße US-amerikanische Restaurantchefin Mitte 30 • Heterosexuelle, weiße US-amerikanische alleinerziehende Mutter Mitte 30 • Heterosexuelle, weiße US-amerikanische schwangere Köchin/Kollegin Mitte 30
Serie/Figuren→	**Sweet&Easy – Enie backt** **Genre: Kochsendung** **Produktionsjahr: 2013/2014**	**1. Der Frauen-Wissens-Quickie – die Nebenbei-Diät** **2. Der Sixx-Fashion-Quickie – die Knack-Po-Jeans** **Genre: Infotainment** **Produktionsjahr 2013/2014**	**All You Need Is Love (Film)** **Genre: Romantik-Komödie** **Produktionsjahr: 2009**
Übergeordnete	Backen und Kreativität	Diätmaßnahmen, Normgewicht,	Homosexualität, Homphobie,

Diskurse/Thematiken		Genussverzicht, Selbstbild-/bewusstsein, Vielfalt und Zwang von Körperformen, Voyeurismus, Mode	Vorurteile und Akzeptanz, Urban vs. ländliche ‚Ordnungen', Normalität, Erziehung, Konservativismus
Weiblichkeit=Körperlichkeit? Schönheit und Körper: Relevanz? Hegemoniale/alternative Konstruktionen? Ab-/Aufwertung Körper+Macht	Ausgefallenes Erscheinungsbild, 50s Look (Schürze, Kleid, Haare) mit sehr bunten, fast grellen Elementen	**Voyeuristische Darstellung weiblicher Körper** „Bikinifigur" „Welcher Po ist knackig?" ➔ Hohe Relevanz von und Reduktion auf Körperlichkeit ➔ Offensichtlich nur für Frauen relevantes Wissen ➔ Bezug zu und Reproduktion von Körpernormen 1. Sixx-Zuschauerin mit ‚eigentlichem' Idealgewicht, keine ‚Modelfigur' aber weiterhin (westliche) Normvorstellung (blond, groß, schlank) 2. Drei Jeans Models (groß, schlank, Idealmaße) ‚testen' welcher Po/Form am besten (bei den Männern) ‚ankommt' Durch schönen Po mehr ‚Anerkennung', ausgestrahlte Begehrlichkeit ➔ **Die richtige Mode zieht an**	

Körper+Disziplinierung		Verzicht (auf Essen) und Disziplinierung ➔ **Disziplin für Anerkennung und Freude (an u. über sich selbst)**	
Sexualität Beziehung zur Sexualität Diskursen Homosexualität			Verhandlung von Homosexualität, --als „Krankheit" -- als „Neigung" -- als Normalität
Feminismus Explizit/Implizit?	Inszenierung und Aufmachung (rosa/pinkfarbene Kulisse, Küche, Backen von Törtchen und Gäste sind nur Frauen) der Repräsentantin implizieren ein fünfziger Jahre Hausfrauenimage ➔ Sprache: Verniedlichungen (-chen, süß, hübsch)		
Privatisierung von Normen/Individualismus/ Wahlfreiheit/Ermächtigung Verschleierung v. Normen vs. unabhängige, autonome Entscheidung	Definition von Weiblichkeit durch Symbolik wie Farbgebung, Kulisse/Ort und Kleidung ➔ Zuordnung von dargestellten Elementen zum weiblichen Geschlecht	Entsprechen von Körpernormen Verniedlichungen: „Popöchen"→ Normen durch **gegenseitige Selbstbewertung**, Teilnahme am Test (Übernahme des Blicks) und Ironie ‚getarnt'/verharmlost	

Eigenverantwortlichkeit Selbstbestimmung mittels.... Ermächtigung über....			
Berufe			Hausfrau/ Mutter/ Bankangestellte
Partnerschaft/Familie Diskurse			„Alte" vs. „neue" Ordnung Konservatives Dorfleben und liberales Stadtleben: Vorstellungen von „Familie" bleiben dabei dieselben und heterosozial orientiert (→ Hochzeit) ➔ Erziehung(sfehler) ➔ Sexualität gebunden an bzw. entwickelt aufgrund Kindheitserfahrungen
Freundschaft/Zusammenhalt/ Konkurrenz			Bruch von Freundschaften über Vorurteilen und Engstirnigkeit
Dimensionen d. Selbstmanagements Schönheit Beruf Erziehung....		Schönheit, Attraktivität ➔ Selbstbewertung anhand von ges.-/kulturellen Normen ➔ Beschluss der Arbeit am Selbst zur Erreichung der	

		Normen ➔ **Aufruf zu normierter Weiblichkeit**	
Make-Over-Paradigma			
Geschlechterdifferenzen **Binäre Oppositionen?** Werte Symboliken Stereotype Eigenschaften Verhaltensweisen Inszenierung v. Homosexualität		„Frauen"-Wissens-Quickie: Diät speziell für Frauen? Weiblichkeit→ Körperlichkeit Männer bewerten (Subjekt), Frauen werden bewertet (Objekt) **-→ Objektifizierung**	Aufgrund des ‚Problems' überspitze Darstellung von ‚männlichen' und ‚weiblichen' Verhaltensweisen, Sphären und Aufgaben
Multikulturalität Räume der Inszenierung farbiger Frauen Verhältnis zu weißen Frauen			/
Mode&Konsum Kleiderordnungen Priorität (implizit/explizit)	Fünfziger Jahre Stil: Rock, Schürze, Frisur	Bewerben von Jeansmarken Bikinis Po-Einlegepolster für Jeans	V.a. Bayrische Trachten, Dirndl,

Verbundene Werte	(Banane), Bübchenkragen		Schürzen (im Dorf als Code für konservative Werte)
Anmerkungen	Stil der fünfziger Jahre ‚Hausfrauenära' mit aktuellen Stil-Elementen verknüpft, sodass die Symbolik weniger offensiv daherkommt. Küche, Farbgebung und Verniedlichungen in der Sprache, kombiniert mit der hauptsächlichen Praxis, das Backen, vermittelt bzw. reproduziert kulturelle Stereotype von Weiblichkeit bzw. bezieht sich auf diese	Jeanstest: „Qualitätstest", „Grapschtest", „Optik-Test", „Passform-Test" → Hohe Relevanz normierter Körperformen bzw. sexuell konnotierter Geschlechtsmerkmale Abschwächung: „Also Mädels aller Formen, vergesst Polster und setzt lieber auf guten Jeansstoff!" → Auswahl drei „gleicher" Figuren zur Bewertung der Jeans ➔ Wenn „Vielfalt" an Formen angeblich großgeschrieben wird, wieso werden dann hegemoniale Körper als ‚Anschauungsmaterial' inszeniert?	Obwohl es um die Beziehung zweier Männer geht, ist die Mutter die Person, anhand welcher das Problem ausgehandelt bzw. veranschaulicht wird. Sie symbolisiert konservative Gesellschaftsvorstellungen, die nach und nach beginnen zu bröckeln und sich hin zu einem „neuen" Weltbild entwickeln, auch wenn sie auf dem Weg persönliche und öffentliche Hindrnisse überkommen muss. Deutliche Repräsentation von und Kritik an normalisierten und übergeordeten soziokulturellen Werten, denen – auch wenn man selbst anderer Meinung ist – man aus Angst vor Ausgrenzung nachkommt bzw. sich an diese hält.
Positionen	• Heterosexuelle, weiße deutsche ‚Fifties Pattissière' /TV-Bäckerin, Mitte 30	• Weiße deutsche Diät-Testerin, Mitte 20, motiviert, für ihre Bikinifigur zu arbeiten • (2) Weiße deutsche Jeans-Testerinnen, Mitte 20	• Weiße Hetereosexuelle, tief konservative bayrisch-deutsche Mutter eines homosexuellen Sohnes, deren „Neigung" sie versucht nachzuvollziehen. →Besorgte Mutter/Hausfrau/Ehefrau mit konservativ/heteronormativer Weltanschauung, Mitte 50 • Heterosexuelle, konservative bayrisch deutsche Hausfrau/Ehefrau und Freundin, Mitte 50

Anlage IIIb: Phänomenstruktur, Zusammenfassung/axiale Kodierung

Subjektentwürfe (Hauptprotagonistinnen und Listung multikultureller/homosexueller Weiblichkeiten)	**(Haupt)Diskurse**	**Subversion vs. Festigung hegemonialer Vorstellungen**
(Afroamerikanische) Heterosexuelle Konservative Braut (Mitte 20)	Traumhochzeit (als weiblich konnotiert), Romantik, Weiblichkeit als (erotisierte) Körperlichkeit (Bewertung durch andere und selbst), Markierte Geschlechterunterschiede (Ziele/Wünsche/Verhaltens-/Handlungsweisen/ Kleiderordnungen, Orte)	Festigung Rollenstereotype- und Unterschiede, →kein subversives Potenzial
Hauptrollen: US-Amerikanische, weiße, gehoben mittelständische Beziehungsneurotikerinnen Anfang 30 **Nebenrollen**: Lesbische fast-Braut (→ Wehren gegen Normenkonformität) Afroamerikanische Geschäftsfrau	Beziehungsprobleme- und orientierung, Ehe als normatives Beziehungsmodell, (Zwang zu) Normenkonformität, Beruf vs. Beziehung/Familie Geschlechterunterschiede (Optik, Verantwortlichkeiten, Fähigkeiten, Verhalten und Kulissen), Weiblichkeit als Körperlichkeit (hyperbolisierte Optik, 50er Jahre Stil, hegemoniale Körpernormen), Klasse, Homosexualität	Hyperbolisierte (optisch überzogene) Weiblichkeit lässt oppositionelle Lesarten zu; Inszenierung von heteronormativem Rollenverhalten und weiblicher Fixierung auf Beziehungen und Hochzeiten: ironische Bestärkung von Konformität, →teilweise subversives Potenzial (Zoe als „Außenseiterin": Modisch, beruflich, Cricket: Homosexualität)
Hauptrolle: US-amerikanische, weiße, heterosexuelle Kämpferin wider Willen, Anfang 30 **Nebenrolle:** Afroamerikanische, heterosexuelle, erfolgsunentschiedene Chefköchin, Anfang 30	Kampf, Mord, Feindschaft, Intrigen, Schönheits-/Körpernormen/Disziplin, Selbstbestimmte Sexualität, sexueller Missbrauch, Beziehungsschwierigkeiten, Selbstverteidigung, männliche Dominanz (Deutliche Überzahl Protagonisten, Wissen/Weisheit), binäre Oppositionen: Rationalität vs. Emotionalität; Berufe, Weiblichkeit als Körperlichkeit (voyeuristischer Blick auf Elenas nackten/idealen Körper), Weibliche ‚Besonderung'	Maskerade zur Sicherung normativer Weiblichkeit, Selbstbewusstsein und (körperliche) Stärke konterkariert durch Unsicherheit/Rat bei Männern/Schuldgefühle, Polarisierung „Normalität" und „Anomalität", Gespräche unter Frauen über Diät/Männer, →teilweise subversives Potenzial (Problem: Elenas ‚einzigartige' Position, geschlechterhierarchische Repräsentation und normative Weiblichkeit)
Hauptrolle: Heterosexuelle, weiße US-amerikanische **Ehefrau, Mutter und erfolgreiche Strafverteidigerin,** Anfang 40, tough, strategisch, gutherzig **Nebenrollen:** Lesbische, US-amerikanische **Privatdetektivin** mit indischen Wurzeln, Anfang 30	Gesetz, Ehebruch, Betrug, beruflicher Wiedereinstieg, Vereinbarkeit Beruf und Familie, Selbstverwirklichung, Frauen und Technik	Ausgeglichene Besetzung m/w, starke, toughe Karriere-Frauen, → subversives Potenzial, einziges Manko: Plot basiert auf Korruptionsaffäre eines Mannes
Lesbische, weiße US-amerikanische Bundes- bzw.-**FBI-Agentin** Anfang 30		
Hauptrolle: Heterosexuelle, US-amerikanische erfolgreiche Modeexpertin/TV-Moderatorin mit asiatischen Wurzeln Mitte 30→ Die Mode-Tussi **Nebenrolle:** US-amerikanische, weiße, (sex. Orientierung unbekannt), Mitte 20 → Die bekehrte (normalisierte) Nachhaltigkeitsexpertin	Norm(alis)ierungszwang, Erfolg durch Normenkonformität (soziale Funktion von Kleidung), Leistungsdruck, Sicherstellen Geschlechterdifferenz durch Kleidung (Symbol), Selbstdisziplinierung/Anpassung an hegemoniale Schönheitsnormen, Konsumkritik/Marktgesellschaft, Ethik, soziale Ungleichheiten	Reflektierte Gegnerin des Kapitalismus wir bekehrt: SIE hat die ‚falsche' Einstellung! Oppositionelle Lesarten durch expliziten Kampf der Diskurse möglich, aber durch Kontrollabgabe und vorherrschende Werte → kein subversives Potenzial in der Repräsentation (Deutlichkeit hegemonialer Diskurse)
Hauptrolle: Heterosexuelle, weiße US-amerikanische erfolgreiche Neonatologin, Anfang 40→ Die Familiensehnsüchtige **H**eterosexuelle, afroamerikanische Gynäkologin Anfang 40, Mutter, geschieden. → Die Mütterliche **H**eterosexuelle, weiße US-amerikanische Medizinerin und Klinikdirektorin, chronisch genervt/launisch→ Die Beziehungsphobikerin **H**eterosexuelle, weiße US-amerikanische Psychiaterin Anfang 40 →Die Selbstzweifelnde	Kinderwunsch=‚natürlich' weiblich?, Vereinbarkeit Beruf und Privatleben, Wissenschaft/Medizin, Liebe/Beziehungen am Arbeitsplatz, Kindesmisshandlung/häusliche Gewalt/Spätfolgen, Erziehung, Geschlechterdifferenz durch Beziehungsvorstellungen (Spaß vs. Ernsthaftigkeit), stetige Verbindung Frauen+Mütterlichkeit (Beruf)	Beruflicher Erfolg=sichergestellt, Protagonistinnen widmen sich der Suche nach ‚dem Richtigen', ‚Kapern' feministischer Werte zur Rechtfertigung für traditionelle Rollenmuster; Suggestion: (sexuelle) Unabhängigkeit macht einsam. Lösung: feste Partnerschaft→ abwerten unabhängiger, alternativer weiblicher Lebensentwürfe, Selbsteingeständnis von Frauen als ‚Problem', alle erfolgreich, aber Single → kein/wenig subversives Potenzial
Heterosexuelle, weiße US-Amerikanerin/Studentin Anfang 20→konservativ, naiv, unverstanden: Der Pechvogel **H**eterosexuelle, weiße US-amerikanische launische Clubteilhaberin Anfang 20→ Die hinterlistige Schönheit **H**eterosexuelle, weiße US-Amerikanerin, Anfang 20 → Die naturverbundene Romantikerin	Schönheit/Wohlstand, Freundschaft, Erwachsenwerden, Liebe/Beziehungen, Sexuelle Gewalt, Geschlechterdifferenzen, Unternehmertun	Inszenierung von romantischen Paarbeziehungen im Kontrast zu einem vergangenen Gewaltvorfall, Stalking, Freundschaft wird auf die Probe gestellt. Deutliche Kontrastierung männlicher und weiblicher Verhaltens-/Handlungsweisen, ‚witziger' Sexismus, Männer handeln (über die Köpfe der Frauen hinweg), Frauen kritisieren und akzeptieren → kein/wenig subversives Potenzial
Hauptrolle: Heterosexuelle, US-amerikanische Pathologin, geschieden, Mutter einer 14-jährigen Tochter, Mitte 40→ Detektivische Pathologin mit mütterlichen Instinkten **Nebenrolle:**	Mord/Kriminalität, körperliche/psychische Gewalt, psychische Erkrankungen, Erziehung, Mütterlichkeit/Fürsorge, Vereinbarkeit Beruf und Familie/Privatleben	Figur erfolgreich, schön, unbeirrt, unerschrocken, durchsetzungsfähig, schlagfertig, aber: intuitions- und emotionsgeleitet. Mütterliche Gefühle als „wunder Punkt"→ Kopplung Berufliches und Privates, Selbstzweifel: Kritik an Weiblichkeit →größtenteils subversives Potenzial

Heterosexuelle, US-amerikanische, forsch/höfliche Polizeibeamtin mit südamerikanischen Wurzeln Anfang 30		(Problem: Kleidungsstil, Emotionen, zu wenig weibl. Hauptfiguren, Streit um Ex-Mann)
Heterosexuelle, afroamerikanische, naive und ehrgeizige Tänzerin Anfang 20-→ Die Cheerleaderin	Erotik/Sex, Macht, Profit, Konkurrenz/Wettkampf, Weiblichkeit als erotisierte Körperlichkeit, Körperbeherrschung/Disziplinierung, Geschlechterdifferenzen, Selbstmanagement	Selbstdefinitionen der Protagonistinnen über ihren Körper, in Bezug auf andere Frauen oder durch mächtige, alles überwachende männliche Chefs, Coaches, Investoren. Anerkennung, Internalisierung des männlichen Blicks. Oppositionelle Lesarten möglich aufgrund des extremen Sexismus→ kein subversives Potenzial!
Heterosexuelle, US-amerikanische Polizeibeamtin Ende 20 -→ Die schöne Polizistin Heterosexuelle, US-amerikanische Polizeibeamtin mit südamerikanischen Wurzeln, Anfang 30→ Die coole Polizistin	Kriminalität, Gerechtigkeit, Beziehungen, Geschlechterdifferenzen	Titel impliziert m/w Eigenschaften (Beauty/Beast), märcheninspiriert, der Rächer/Beschützer und die Unterstützerin , hegemoniale Weiblichkeitskonstruktionen/Jugendlichkeit, aber Beruf impliziert Stärke, Mut. Handeln um den Helden herum organisiert, Partnerin Tess teilweise männlich codiert, ‚Besonderung' zahlenmäßig ungleich m/w→ teilweise subversives Potenzial
Heterosexuelles, US-amerikanisches Plus-Size-Model mit lateinamerikanischen Wurzeln Ende 20 → Das Plus-Size-Model	(Erfolg) im Modelbusiness, Überschreiten hegemonialer Körpernormen, Schönheit, Liebe/Beziehungen, Neid/Konkurrenz, Weiblichkeit als Körperlichkeit, Ethnizität	Normausbruch bei gleichbleibender Fokussierung auf Weiblichkeit als Körperlichkeit, Disziplinierung, Selbstbeobachtung, Authentizität im Widerspruch zu Selbstzweifeln und Schönheitsoperationen, Zurschaustellen von Weiblichkeit; Möglichkeit, um ins ‚System' zu passen? → Wenig subversives Potenzial; außer dem Gewicht werden Anforderungen an hegemoniales Weiblichkeitsbild aufrechterhalten
Heterosexuelle, weiße US-amerikanische Großstadt-Single-Frau Mitte 30, auf der kritischen Suche nach der großen Liebe → Die kritische Beziehungsdetektivin	Beziehungs- und Sexleben von Großstadt Single-Frauen, Masturbation/sexuelle Selbstbestimmung, Moral, Homosexualität, romantische Liebe, Kompromisse, Geschlechterdifferenzen bzgl. Verhaltens- und Handlungsweisen, Mode als Mittel zur Repräsentation verschiedener Frauen'typen'	Smartes Hinterfragen von Geschlechterrollenstereotypen, Erwartungen an sich selbst und andere, Ehe als weibliches Begehren und traditionelle kulturelle Institution (auch für Homosexuelle), heterosexuelle Kodierung → teilweise subversives Potenzial
Heterosexuelle, weiße (und eine afroamerikanische) US-amerikanische Mütter/Hausfrauen (30-40) →Die disziplinierende Mutter	Kinder-Tanz'karrieren', (fehlende) Kindheit, Disziplinierung, Erziehung, geschlechterspezifische Sozialisation/Erziehung, Arbeit am Selbst, Weiblichkeit als Körperlichkeit	Exemplarisches Beispiel für die gesellschaftliche Konstruktion von Geschlecht und ‚weiblichen' bzw. ‚mädchenhaften' Attributen, die im Kindesalter eingeflößt bzw. aufgezwungen werden, symbolische Gewalt, selbstbezogene und konkurrenzorientierte Mütter tragen ihren Kampf über ihre Kinder aus → kein subversives Potenzial, grotesk, oppositionelle Lesarten möglich
Heterosexuelle, weiße, republikanische US-Amerikanerin und eigensinnige ledige politische Journalistin mit starker Familienorientierung, Anfang 40 →Die familienorientierte Politik-Journalistin	Familie/Freundschaft, Gesellschaftliche/Familiäre Zwänge, Politik, Beziehungen, Selbstverwirklichung, Geschlechterdifferenzen, Homosexualität und Elternschaft	Männlichkeit und familiäre Strukturen im Vordergrund, moralische, ehrgeizige Frauen versch. Generationen, Verhandlung Vorurteile Homosexualität/Elternschaft, Politische Einstellungen und damit verbundene Werte (konservativ vs. liberal), Infragestellen normativer gesellsch. Verhältnisse/Erwartungen, spez. w/m Inszenierung v.a. durch Kulissen→ größtenteils subversives Potenzial
Heterosexuelle, weiße US-amerikanische Spitzenköchin Mitte 30, die sich durch ihre Erfolgsorientierung selbst im Weg steht. → die bekehrte Feministin	Beruf/Erfolg vs. Familie/Beziehung, Erziehung/Elternschaft, Arbeitsethos, Selbstfindung, Vereinbarkeit Beruf und Familie	Erfolgreiche, perfektionistische, aber einsame Köchin muss über den Tod ihrer Schwester und die Übernahme der Erziehung ihrer Nichte erkennen, dass nicht Erfolg, sondern Familie glücklich machen. Unabhängigkeit als falsche Einstellung, desozialisierend, Glück, Zufriedenheit, Freude durch Familie/Beziehung, Einsamkeit durch zuviel Ehrgeiz, antifeministisches Credo → kein subversives Potenzial
Heterosexuelle, weiße Deutsche →‚Fifties Pattissière, Mitte 30	Backen, Kreativität, Ernährung	Im Fifties-Look als ‚Herrin über den Haushalt', rosa Kulisse und Utensilien: Stärkung als weiblich kodierter Symboliken (Farben, Kleidung, Handlung) → kein subversives Potenzial
Deutsche Mitte 20 →Die Diät-Haltende Deutsche Anfang 20 →Das Jeansmodel	Diätmaßnahmen, Normgewicht, Selbstbild-/bewusstsein/-disziplinierung, Vielfalt und Zwang von Körperformen, (Selbst-)Voyeurismus, Mode, Normalisierung	Frauen-Wissens-Quickie impliziert: nur für Frauen relevante Themen: Diät, Disziplinierung, Relevanz eines attraktiven Äußeren, Selbstbewertung anhand von ges.-/kulturellen Normen Spruch des Voice Over paradox
Heterosexuelle, weiße Deutsche Ehefrau/Mutter, Mitte 50 →Besorgte Mutter mit konservativ/heteronormativer Weltanschauung	Homophobie, Homo-Ehe, Erziehung, Konservativismus , Toleranz	Ironische Verhandlung von Homosexualität im extremen Widerspruch bzw. bayrisch-konservativen Dorf, stereotype Geschlechterrollenrepräsentation im Zusammentreffen mit der ‚neuen' Welt. Aushandlungsort ist die Mutter, die das ‚Problem' für sich selbst und in der Gemeinde managt → größtenteils subversives Potenzial (Orientierung an hegemonialen Beziehungsordnungen)

sixx: Fernsehen für die schönste Zielgruppe der Welt!

Start des neuen Frauen-TV-Senders am Freitag, 7. Mai 2010, 20.15 Uhr

Unterföhring, 4. Mai 2010. Am Freitag, 7. Mai 2010, startet der weiblichste Fernsehsender der ProSiebenSat.1-Sendergruppe: sixx. sixx zeigt alles, was Frauen interessiert. Ausgezeichnete Movies, wahre Geschichten, die mitreißen und die besten amerikanischen Serien. So zum Beispiel „Gossip Girl“, „Ugly Betty“ oder „Damages“ mit Glenn Close. Am Starttag hat sixx ein echtes Kino-Highlight als Free-TV-Premiere im Programm: Mit „Sex and the City – Der Film“ nimmt die neue Senderin um 20.15 Uhr ihren Sendebetrieb auf.

„sixx soll Spaß machen und jederzeit das passende Programm bieten“, so Senderchefin Katja Hofem-Best. „Wir möchten unsere Zuschauerinnen gut unterhalten.“ Bis zum Jahresende zeigt sixx ca. 380 Stunden Programm in Erstausstrahlung. Qualitativ hochwertig, ansprechend verpackt, hoch emotional und glaubwürdig.

Jeder Abend steht unter einem eigenen Motto. Los geht’s am Montag mit dem „sixx MÄDELSABEND“. Katja Hofem-Best: „‚Gossip Girl’, und ‚90210’ zeigen wir zum ersten Mal in Deutschland in der Prime Time. Im Anschluss haben wir das niederländische Serien-Highlight ‚S1ngle’ als Deutsche Erstausstrahlung im Programm – die europäische Antwort auf ‚Sex and the City‘“.

Immer dienstags heißt es „sixx WAHRES LEBEN“. Neben der eigenproduzierten Reality-Doku „Windeln und Wellness – Familienurlaub all inclusive“ (4 Folgen ab 11. Mai, 20.15 Uhr) und „Frauengeschichten – Die sixx Reportage“ (21.00 Uhr), zeigt sixx „Die Oprah Winfrey Show“ – in Originalton mit deutschen Untertiteln. Um 22.30 Uhr begrüßt Anastasia Zampounidis die sixx-Zuschauer. In „sixx – Das Magazin“ dreht sich alles rund um Lifestyle, Beauty, Wellness und Service.

Die Zielgruppe ist klar definiert. „sixx ist zwar ein Frauensender, aber natürlich wollen wir die Männer nicht von vorneherein ausgrenzen. Ganz im Gegenteil: Männer sind immer herzlich willkommen“, betont Katja Hofem-Best. Aus diesem Grund steht der Mittwoch unter dem Motto „sixx KUSCHELABEND“, an dem Spielfilme und Hollywood-Movies („Die Promoterin“, „Wie ein einziger Tag“, „Elisabethtown“) laufen werden.

Der Donnerstag steht unter dem Motto „sixx GÄNSEHAUT“. An diesem Abend stehen spannende und erfolgreiche Mystery-Serien wie „Charmed“ (20.15 Uhr), „Ghost Whisperer“ (21.00 Uhr) und „Medium“ (21.45 Uhr) auf dem Programm.

„sixx ENDLICH WOCHENENDE“. Am Freitag läutet sixx die schöne, freie Zeit ein. Katja Hofem-Best: „Ganz besonders freue ich mich, dass wir an diesem Abend die Serie ‚Damages’ mit Glenn Close zeigen. Diese hoch gelobte Serie passt genau zu unserer sehr spitzen Zielgruppe und ist damit bei sixx genau richtig.“ Zu sehen als Doppelfolge, immer freitags, 20.15 und 21.00 Uhr.

Pressemitteilung

Am Samstag ist sixx „sixx HIN UND WEG“. Mit „Koffer zu und weg – Die Doku“ (20.15 Uhr) und „Abenteuer Ferne“ (21.45 Uhr) entführt sixx seine Zuschauer in der Prime Time in fremde Länder und Kontinente.
Last but not least: Mit „Ugly Betty“ (20.15 Uhr), „Eli Stone“ (21.00 Uhr), „Pushing Daisies“ (21.45 Uhr) und „Nip/Tuck“ (22.30 Uhr) endet am Sonntag (sixx PACK) die sixx-Woche.

Das innovative Vermarktungskonzept von sixx wird von der SevenOne AdFactory realisiert. Katja Hofem-Best: „Wir setzen bei sixx auf ein Vermarktungskonzept jenseits der klassischen Unterbrecherwerbeblöcke und wollen den Sender über individuelle Konzepte und Sonderwerbeformen finanzieren. Das ist in Deutschland absolutes Neuland und auch für Firmen interessant, die bisher noch nicht im TV geworben haben.“

Seit 30. April 2010 ist sixx über Satellit und in den Kabelnetzen von Kabel BW, Unitymedia, Telecolumbus (alle ab Anfang Mai) und Kabel Deutschland (Ende Mai), frei zu empfangen.*

Das komplette Programm-Schema von sixx schicken wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

Weitere Programminformationen finden Sie unter www.sixx.de. Das Online-Portal bietet ein breites Angebot rund um das Programm der neuen Frauensenderin. Darunter ein elektronischer Programmführer (EPG), der durch den sixx-Sendetag leitet, Highlights der Serien zum Nachlesen sowie die kostenlose Bereitstellung der TV-Serien für den Zeitraum von sieben Tagen.

* Satellit Astra 19,2°Ost; DVB-S (Digital); Frequenz: 12460 MHz; Polarisation: Horizontal; Symbolrate: 27500 MS; FEC: ¾. Für den Empfang von sixx ist ein Sendersuchlauf notwendig.

sixx. Das will ich auch.

Rückfragen zu sixx:

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Tina Land
Sprecherin sixx
Tel: 089-9507-1192
Tina.Land@ProSiebenSat1.com

Ein Huhn für sixx – Die große Einführungskampagne zum Start der neuen Frauensenderin am 7. Mai 2010

Unterföhring, 16. April 2010 – sixx lässt die Hühner los! Für ihre groß angelegte On- und Off-Air-Kampagne zum Sendestart hat sich die Frauensenderin einen ganz besonderen Eyecatcher ausgedacht: Eine sexy Henne mit Perlenkette, lang geschwungenen Wimpern und breit gefächerten Flügeln ziert in anmutiger Pose das Anzeigenmotiv und kündigt an: „Mädels, Euer Fernsehen ist da." Die Print-Anzeige wird ab 28. April 2010 in zahlreichen Programmzeitschriften (tv 14, TV Movie, TV Spielfilm plus, TV Direkt) und Frauen-Magazinen (u.a. Glamour, InStyle, Cosmopolitan, tina, Lisa, IN, freundin, Für Sie, myself, Petra) erscheinen.

Auch on air kommen die frechen Hühner zum Einsatz, um auf den Start des außergewöhnlichen Senders am 7. Mai 2010 hinzuweisen. Ab 17. April 2010 wirbeln sie zu Lena Meyer-Landruts Rekordhit „Satellite" in einer großangelegten Image- und Programm-Trailerkampagne über die Bildschirme von SAT.1, ProSieben und kabel eins – sowie natürlich auf der neuen sixx-Frequenz: ab 30. April 2010 über Satellit, ab Anfang Mai in den Kabelnetzen von Kabel Deutschland, Kabel BW, Unitymedia und Telecolumbus*.

Online geht www.sixx.de am 30. April 2010. Ab 17. April 2010 gibt es auf der Sender-Homepage bereits Informationen zum Empfang von sixx.

Hühner als Hauptdarstellerinnen der Kampagne? „Alle Infos zu unserem Sender werden so auf eine ungewöhnliche und sehr bildstarke Art und Weise kommuniziert – und immer mit einem Augenzwinkern. Das Huhn steht nicht für die Frauen, das Huhn ist die Botschafterin des Senders. Wir sind ein Frauensender und wollen das auch gar nicht verstecken", erklärt sixx-Geschäftsführerin Katja Hofem-Best.

Die sixx-Kampagne wurde von der Inhouse-Agentur Creative Solutions entwickelt und realisiert: u.a. Richard Schweiger (Leitung Kreation), Kristin Hesse (Projektmanagement), Alexander Krause (Leitung On Air Design), Sebastian Schwarzer (Leitung Concept). Im Central Marketing der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH verantwortlich: Markan Karajica (SVP Central Marketing & Creative Solutions), Sanela Smailhodzic (Leitung Brandmanagement) und Lena Widmayer (Produkt Manager Serie).

* Satellit Astra 19,2°Ost; DVB-S (Digital); Frequenz: 12460 MHz; Polarisation: Horizontal; Symbolrate: 27500 MS; FEC: ¾. Für den Empfang von sixx ist ein Sendersuchlauf notwendig.

Das Anzeigenmotiv erhalten Sie über OBS, Bewegtbildmaterial gern auf Anfrage!

sixx. Das will ich auch.

Kontakt:
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Dagmar Brandau
Kommunikation/ PR
Unit Unternehmenskommunikation
Tel.: 089/9507-2185
Dagmar.Brandau@prosiebensat1.com

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Tina Land
Sprecherin sixx
Tel: 089-9507-1192
Tina.Land@ProSiebenSat1.com
www.presse.sixx.de

Frauenquote im September auf Rekordhoch! 2,6 Prozent Marktanteil für sixx

Unterföhring, 1. Oktober. sixx steigert die Frauenquote: Im September erreicht die Senderin hervorragende 2,6 Prozent Marktanteil in der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen und steigert sich damit um 0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vormonat.
Besonders erfolgreich im September läuft der neue Mädelsabend mit Ally Mc Beal (bis zu 3,5 % MA*) und der zweiten Staffel von Hart of Dixie (bis zu 5,2 % MA*). Zu kulinarischen Quotenhighlights am Samstag entwickeln sich die Backshow Sweat & Easy Enie backt (bis zu 4,5 % MA*) mit Enie van de Meiklokjes und Jamies 15 Minuten Menüs mit Jamie Oliver (bis zu 6,6 % MA*).
In der Zielgruppe der 14- bis 49-jährigem Zuschauer erreichte sixx wie bereits im Vormonat gute 1,3 Prozent.
*Zielgruppe Frauen 14- bis 39 Jahre
Mehr Infos, ganze Folgen vieler Sendungen und umfassendes Zusatzmaterial finden Sie auf www.sixx.de
sixx auf Facebook: www.facebook.com/sixxTV
sixx auf Twitter: @sixxtv
Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (D+EU)
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research
Erstellt: 01.10.2013 (vorläufig gewichtet: 27. - 30.09.2013)

ProSiebenSat.1
TV Deutschland

Wachstum: ProSiebenSat.1 TV Deutschland 2013 deutlich Marktführer bei den 14- bis 49-Jährigen / 28,1 Prozent Jahresmarktanteil

Unterföhring, 1. Januar 2014. Die deutsche Sendergruppe der ProSiebenSat.1 Group – SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX – schließt das Jahr 2013 mit einem Marktanteil von 28,1 Prozent ab. Damit liegt die Sendergruppe um +2,0 Prozentpunkte vor der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro), die auf einen Marktanteil von 26,1 Prozent in 2013 kommt. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV konnten ihr Ergebnis zum Vorjahr um +0,3 Prozentpunkte steigern (2012: 27,8 % MA), während die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland 1,2 Prozentpunkte gegenüber 2012 verloren haben (2012: 27,3 % MA).
Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland im Einzelnen: SAT.1 erreichte 2013 einen Marktanteil von 9,4 Prozent, ProSieben von 11,4 Prozent, kabel eins erzielte 5,6 Prozent, sixx 1,2 Prozent, SAT.1 Gold 0,4 Prozent und ProSieben MAXX 0,2 Prozent.
Im Halbjahresvergleich konnten die Sender ihre Performance um 1,8 Prozentpunkte (2. Hj. 2013: 29,0 % MA; 1. Hj. 2013: 27,2 % MA) verbessern.

Wolfgang Link, Geschäftsführer ProSiebenSat.1 TV Deutschland: „2013 war ein gutes Jahr für unsere Sendergruppe. Wir haben unser Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr gesteigert und mit SAT.1 Gold und ProSieben MAXX zwei neue Sender erfolgreich an den Start gebracht. Vor allem ProSieben hat im vergangenen Jahr deutlich an Geschwindigkeit zugelegt – mit einer Vielzahl neuer Shows wurde der Sender seinem Ruf als Innovationstreiber mehr als gerecht. Und auch SAT.1 ist auf einem guten Weg: Die Optimierungen rund um die stabile Prime Time beginnen zu greifen, wie der positive Trend der Marktanteilsentwicklung im Vergleich zum 1. Halbjahr zeigt. Zusammen mit kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX sind wir für 2014 hervorragend aufgestellt."

2013 – Die Sender im Rückblick:

Erfolgreiches ProSieben: Historisch kurzer Abstand auf den Marktführer
ProSieben kann als einziger großer Sender seinen Marktanteil im Jahr 2013 ausbauen. Mit einem Plus von 0,1 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr baut ProSieben mit 11,4 Prozent Marktanteil (Zuschauer 14-49 Jahre) seine Marktposition aus. Dabei fällt der Abstand in dieser Zielgruppe auf den Marktführer RTL auf ein historisches Tief – knapper war es seit Senderbestehen nicht. In seiner Relevanz-Zielgruppe (14-39 Jahre) ist ProSieben mit 16,0 Prozent Marktanteil unangefochten Marktführer.

SAT.1: Aufwärtstrend im 2. Halbjahr / gelungene Optimierung der Daytime
SAT.1 schließt das Jahr 2013 mit 9,5 Prozent Marktanteil in seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen ab. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2013 konnte sich der Sender im 2. Halbjahr um +0,3 Prozentpunkte steigern (1. Hj. 2013: 9,4 % MA; 2. Hj. 9,7 % MA). Zum Aufwärtstrend trug u.a. die gelungene Optimierung der Daytime mit den neuen Formaten „Auf Streife", „Im Namen der Gerechtigkeit" und „Anwälte im Einsatz" bei. Ebenfalls gut lief es für den Sender in der Prime

Time mit erfolgreichen neuen Shows wie „The Voice Kids“ oder „Got to Dance“ und mit großen TV-Events wie der Polit-Satire „Der Minister“. Am 1. Januar 2014 feiert SAT.1 seinen 30. Geburtstag und beschenkt seine Zuschauer neben der Aktion „30 Jahre – 30 Wünsche“ vor allem mit zahlreichen Programm-Highlights mit neuen Folgen, neuen Staffeln und innovativen Programmideen.

Stabil in 2013: kabel eins bestätigt mit 5,6 Prozent den Jahresmarktanteil
Mit einem stabilen Marktanteil von 5,6 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern schließt kabel eins das Jahr 2013 erfolgreich ab. Damit bestätigt kabel eins als einer der wenigen Sender in Deutschland den Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr. Zu den kabel eins-Erfolgsgaranten zählten in 2013 Spielfilm-Klassiker wie „Asterix bei den Briten“ (13,0 % MA), die Fußballspiele der UEFA Europa League (bis zu 12,5 % MA), das „K1 Magazin“ (bis zu 11,6 % MA), „Abenteuer Leben – täglich neu entdecken“ (bis zu 9,7 % MA) und „Rosins Restaurants“ mit bis zu 10,0 Prozent Marktanteil.

sixx macht Frauen glücklich! Marktanteil klettert um 0,5 auf 2,1 Prozent
sixx steigert sich 2013 in der Relevanz-Zielgruppe der 14-39-jährigen Frauen um satte 0,5 Prozent auf 2,1 Prozent Marktanteil im Vergleich zu 2012. Die Senderin mit dem grünen Logo punktet vor allem mit Eigenproduktionen wie „Enie backt“ (bis zu 9,2 % MA) und US-Serienhits wie „Vampire Diaries“ (bis zu 9,7 % MA). Besonders gut lief es in der zweiten Jahreshälfte, in der sixx u.a. mit „Paula kommt!“ eine neue Eigenproduktion etablieren konnte: Von Juli bis Dezember schalteten im Schnitt 2,4 Prozent der 14-39-jährigen Frauen und 1,3 Prozent der 14-49-jährigen Zuschauer ein. Schaurig schön startet 2014. Die fünfte Staffel von „Vampire Diaries“ (Start am 6.2.2014, 20:15 Uhr) wirft ihre Schatten voraus: Ab dem 2. Januar zeigt sixx täglich ab 22:00 Uhr die komplette zweite, dritte und vierte Staffel in Doppelfolgen.

SAT.1 Gold: Mit 0,5 Prozent Marktanteil erfolgreiches erstes Jahr
Das erste Jahr schließt SAT.1 Gold, seit 17. Januar 2013 auf Sendung, mit einem sehr guten Marktanteil von 0,5 Prozent in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen ab. Im ersten Sendejahr verbuchte SAT.1 Gold einen konstanten Aufwärtstrend: Von 0,3 Prozent Marktanteil im ersten Quartal über 0,5 Prozent im zweiten Quartal. Im dritten Quartal steigerte SAT.1 Gold den Marktanteil in der Relevanz-Zielgruppe auf 0,6 Prozent und holte im vierten Quartal starke 0,8 Prozent. Bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern verbuchte SAT.1 Gold in 2013 einen guten Marktanteil von 0,4 Prozent.

ProSieben MAXX startet 2013 erfolgreich
Ganz jung und sehr erfolgreich: ProSieben MAXX holt im Dezember zum dritten Mal in Folge einen sehr guten Marktanteil von 0,7 Prozent (Zuschauer 14-49 Jahre und in der Relevanz-Zielgruppe Männer 30-59 Jahre). Der Sender, der am 3. September 2013 startete, hat damit einen Jahresmarktanteil von 0,2 Prozent.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.01.2014 für den Zeitraum 01.01.-31.12.2013 (Halbjahres- und Quartalswerte 01.01.-30.12.2013); vorläufig gewichtet: 28.12.-31.12.2013. ProSieben MAXX seit Sender-Start 03.09.2013 gewichtet /SAT.1 Gold seit Sender-Start 17.01.2013 gewichtet: Die Berechnung der Jahres-Werte erfolgt nach AGF-Konvention.
Alle Marktanteile, sofern nicht anders angegeben, für Zuschauer 14 bis 49 Jahre.

Kontakt:
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Communication Projects
Dagmar Brandau
Tel: 089/9507-2185
Dagmar.Brandau@ProSiebenSat1.com

ProSiebenSat.1
TV Deutschland

ProSiebenSat.1 TV Deutschland im Mai: Starke 29,0 Prozent Monatsmarktanteil

Unterföhring, 1. Juni 2014. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland schließen den Wonnemonat Mai mit einem Marktanteil von 29,0 Prozent ab. Im Vergleich zum Vorjahresmonat konnte die Sendergruppe aus SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX ihr Ergebnis um +1,0 Prozentpunkte steigern (Mai 2013: 28,0% MA – April 2014: 29,2% MA) und liegen so mit 3,9 Prozentpunkten vor den Sendern Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro im Mai 2014: 25,1 % MA).

Die Senderergebnisse im Einzelnen:

ProSieben geht mit +0,2 Prozentpunkten Vorsprung in die WM
Nach den ersten fünf Monaten des Jahres steht ProSieben auf einem Marktanteil von 11,0 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Der Sender geht mit +0,2 Prozentpunkten Vorsprung auf das Jahr 2013 in die WM. Im Mai erreichte der Sender 11,0 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.). In seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-39 J.) ist der Sender mit 15,3 Prozent Marktanteil klarer Marktführer. Zu Highlights im Mai avancierten das Finale von „Germany's next Topmodel – by Heidi Klum“ und „Schlag den Raab“. Beide Shows sorgten für Social Buzz – und hohe Marktanteile in allen Zielgruppen.

SAT.1 punktet mit deutschen Serien
SAT.1 schließt den Mai in seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 59-jährigen Zuschauer mit 9,5 Prozent Marktanteil ab. Der Sender kann sich im Wonnemonat über eine weiterhin stark laufende Daytime (u.a. 16,0% MA für „Schicksale“, Z. 14-49 J.) sowie schöne Erfolge bei den deutschen Produktionen freuen („Der letzte Bulle“ mit durchschnittlich 13,7% MA; „Josephine Klick – Allein unter Cops“ mit 11,4% MA im Schnitt, „Nachbarn süß-sauer“ mit 13,2% MA; Z. 14-49 J.). Sieger der Erfolgs-Show „The Voice Kids“ ist der 15-jährige Danyiom, das Finale der zweiten Staffel bescherte SAT.1 sehr gute 13,3 Prozent Marktanteil. Das spannende Boxduell zwischen Felix Sturm und Sam Soliman bei „ran Boxen“ erzielt sehr starke 17,3 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.). Im Juni folgen die großen Staffelfinale von „Der letzte Bulle“, „Josephine Klick“ sowie der Reality-Show „Hell's Kitchen“.

Erfolgsmonat: kabel eins holt im Mai 5,9 Prozent Marktanteil
kabel eins legt um +0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vormonat April zu und schließt den Mai 2014 mit einem sehr guten Marktanteil von 5,9 Prozent ab. Die Europa-League-Saison 2013/2014 beendete der Sender mit einem hervorragenden Final-Wert von durchschnittlich 9,4 Prozent Marktanteil, das Elfmeterschießen begeisterte sogar 18,8 Prozent der 14- bis 49-Jährigen. Der Spielfilm „Wall-E – Der Letzte räumt die Erde auf“ überzeugte am Vatertag mit 10,5 Prozent Marktanteil. Im Juni stimmt kabel eins mit einer Grill-Woche und der „Abenteuer Leben“-Spezialsendung „Abenteuer Grillen – kabel eins sucht den BBQ-King 2014“ auf die Fußball-WM ein. Zusätzlich zeigt der Sender live das „ran Jahrhundertspiel Deutschland – Portugal“.

sixx legt wieder auf 1,4 Prozent zu
Hervorragender Mai für sixx: Bereits zum dritten Mal in diesem Jahr knackt die Senderin die 1,4 Prozent-Hürde bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und steigert sich damit um +0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Mai 2013. In der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen liegt der Marktanteil bei stabilen 2,5 Prozent (+0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Mai 2013). Zu den Quotenhighlights zählten neben den weiterhin sehr erfolgreichen „Witches of East End“ am Donnerstagabend auch die Eigenproduktion „Sweet & Easy – Enie backt“ sowie „Jamie Oliver's Food Revolution“. Deutschland-Premiere im Juni: Von Pfingstsamstag bis -montag zeigt sixx das zehnteilige britische Serien-Event „The White Queen“ als Erstausstrahlung.

SAT.1 Gold wächst weiter
Der Marktanteil von SAT.1 Gold steigt im Mai 2014 auf 0,7 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (April 2014: 0,6% MA). In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen steigt der Marktanteil im Vergleich zum Vormonat ebenfalls um +0,1 Prozentpunkte auf 1,2 Prozent Marktanteil. Besonders punkteten im Mai die Magazine „Wunderwelt Wissen“, „Focus TV“ und „ServiceAkte“ sowie die Kult-Krimi-Serien „Edgar Wallace“ und „Mord ist ihr Hobby“. Im Juni feiert SAT.1 Gold den „Tag des Hundes“ mit einer Sonderprogrammierung rund um den beliebten Vierbeiner und zeigt unter anderem die BBC-Doku „Faszination Hund: Unser Partner mit dem sechsten Sinn“ in deutscher Erstausstrahlung.

ProSieben MAXX erneut mit einer 1 vor dem Komma
ProSieben MAXX schließt zum zweiten Mal in Folge über ein Prozent Marktanteil ab. Im Mai erreicht der am schnellsten wachsende Sender der neuen Generation sowohl in seiner Relevanz-Zielgruppe der 30- bis 59-jährigen Männer als auch bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern 1,0 Prozent Marktanteil. Starke Quoten erzielte ProSieben MAXX im Mai mit dem YEP! Programm am Nachmittag sowie Top-Spielfilmen wie „Heat“, „John Rambo“ und „Die drei Musketiere“ am Dienstag und Sonntagabend.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.06.2014 für den Zeitraum 01.05.-31.05.2014; vorläufig gewichtet: 28.05.-31.05.2014. SAT.1 Gold ist am 17.01.2013 gestartet, ProSieben MAXX ist am 03.09.2013 gestartet. Gruppen-Marktanteile: Berechnung über Summe der Sendermarktanteile inkl. aller Nachkommastellen – Abweichung von der Summe der einzelnen Sendermarktanteile ist deshalb möglich. Alle Marktanteile, sofern nicht anders angegeben, für Zuschauer 14 bis 49 Jahre.

Kontakt:
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Kommunikation/PR – Communication Projects
Dagmar Brandau
Tel: 089/9507-2185
Dagmar.Brandau@ProSiebenSat1.com

sixx macht Frauen glücklich! Die Senderin startet mit der ersten eigenproduzierten Dating-Show in der neuen TV-Saison

Unterföhring, 2. Juli 2014. Eine Dating-Show mit Monstern, die besten Serien für junge Frauen in Erstausstrahlung und Fashion als neue Factual-Farbe für die Prime-Time: Auf sixx geht das Jahr 2014 aufregend und überraschend weiter.
Nach einem hervorragenden ersten Halbjahr, das die Senderin mit starken 1,4 Prozent (Z 14-49 J.) Marktanteil abschließt, startet sixx im Spätherbst „Sexy Beasts“. Mit Horrormaske statt Beauty-Make-up zum ersten Date? Wie sich das anfühlt, und ob man sich auch in ein „Monster“ verlieben kann – das werden die Kandidaten der ersten eigenproduzierten Dating-Show herausfinden. Die Senderin adaptiert die britische Vorlage und beginnt noch im Juli mit der Produktion. sixx-Geschäftsführerin Eun-Kyung Park: „Dating mal anders! In ‚Sexy Beasts‘ geht es nicht nur darum, die große Liebe zu finden – sondern auch darum, jede Menge Spaß zu haben, mitzufiebern und sich selbst zu hinterfragen, wen würde man selbst nehmen, wenn Aussehen kein Kriterium mehr ist. Deshalb passt die Show perfekt zu sixx: Ein Augenzwinkern ist uns wichtig, egal, ob es um Heiraten, Kochen, Backen oder eben jetzt Dating geht. Nach ‚Enie backt‘ und ‚Paula kommt‘ bauen wir damit unsere Eigenproduktionen weiter aus.“

Die Serien-Erstausstrahlungen: Vampire, Monster, Werwölfe und Hexen jagen durch die Prime-Time
Frisches Blut in Serie gibt’s in neuen Folgen der „Vampire Diaries“ ab dem 7. August um 20:15 Uhr – die Verstärkung tritt am nächsten Tag an: Das lang ersehnte Spin-off „The Originals“ startet am 8. August um 20:15 Uhr. Bereits in der darauffolgenden Woche bringt sixx am 15. August 2014 um 21:10 Uhr „Bitten“ als Deutschland-Premiere. Die kanadische Serie basiert auf der Buchreihe „Women of the Otherworld“ von Kelley Armstrong und handelt vom einzigen weiblichen Werwolf der Welt.
Als Sender für die besten Serien für junge Frauen hat sixx weiteren schaurig-schönen Seriennachschub in Erstausstrahlung: die zweite Staffel von „Beauty & the Beast“, das Serien-Remake „The Tomorrow People“ und „American Horror Story: Coven“.
Noch mehr Erstausstrahlungs-Highlights gibt es mit der Cheerleader-Serie „Hit the Floor“ (ab 11. August), der Drama-Serie „Reign“ sowie neuen Staffeln von „Good Wife“ (ab 8. Juli) und „Hart of Dixie“.

Fashion als neue Farbe fürs erfolgreiche Factual-Entertainment auf sixx
Ziemlich schick! Die Mittwochs-Prime-Time bekommt ab 20. August ein neues Kleid. In „Misson: Makeover – By Trinny & Susannah“ (20:15 Uhr) machen sich die britischen Königinnen des Umstylings ans Werk, bevor ihre US-Kollegin Jeannie Mai in „How Do I Look“ (21:10 Uhr) ihre Kandidatinnen aus der Vogelscheuchen-Ecke holt. Die „Curvy Girls“ zeigen

im Anschluss (22:05 Uhr), wie cool und glamourös es sich als Plus-Size-Model lebt.

Alle Infos, ganze Folgen vieler Formate und umfassendes Zusatzmaterial gibt es auf sixx.de.

Einfacher, schneller, besser! Auf der neuen Presselounge von sixx unter http://presse.sixx.de finden Sie auf einen Blick die aktuellen Highlights des Senders. Ein übersichtlicher Programmkalender navigiert schnell und einfach durch die Kalenderwochen, und viele weitere neue Funktionen werden Ihnen das Arbeiten auf unserer neuen Plattform erleichtern.

Bei Fragen:

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Sandra Scholz
Sprecherin sixx
Tel: 089-9507-1121
Sandra.Scholz@ProSiebenSat1.com

Bildredaktion
Stephanie Schulz
Tel. +49 [89] 9507-1166
Stephanie.Schulz@ProSiebenSat1.com

Sexy Biester, attraktives Halbwissen und gute Nacktgeschichten – die „sixx Date Night“ hat ab 12. November 2014 mittwochs alles, was Frauen wollen

Unterföhring, 1. Oktober 2014. „Hey, Du siehst ja aus wie aus ‘ner Horror-Show!“ Für die Kandidaten der ersten eigenproduzierten sixx-Dating-Show „Sexy Beasts“ (ab 12. November 2014 mittwochs um 22:15 Uhr) ist das keine Beleidigung. Alle, die hier mitmachen, tragen aufwändige Masken, die das Gesicht maximal verfremden. Logische Folge: Die Singles konzentrieren sich beim Kennenlernen auf Eigenschaften wie Intelligenz, Humor, Spontaneität. Aber reicht das, um sich zu verlieben? Und wie reagieren die Finalisten, wenn sie sich zum ersten Mal „in natura“ sehen? sixx-Geschäftsführerin Eun-Kyung Park: „Die erste eigenproduzierte Dating-Show auf sixx bietet alles, was Frauen wollen: außergewöhnliche Dates, einen Schuss Romantik und vor allem ganz viel Spaß – denn wo kann man schon Menschen in Monster-Masken beim Flirten zuschauen? Besonders faszinierend ist natürlich der Moment, in dem die Masken fallen – jedes Mal ein absoluter Wow-Effekt.“ In jeder Sendung wählt eine junge Frau einen von drei Männern aus – oder umgekehrt. Wie ihr Pendant wirklich aussieht erfahren die Singles aber erst, wenn sie sich schon dafür oder dagegen entschieden haben. Bis dahin treffen Werwölfe, Aliens, Trolle oder Teufel in zwei Dating-Runden aufeinander. Erste Runde: Speed Dating. Nur zehn Minuten haben die Teilnehmer, um zu überzeugen. Schon jetzt muss einer gehen und sich ohne Maske zeigen. Beim zweiten Date geht’s unter Leute, natürlich in voller Beast-Montur. Beim Pizza essen, Boot fahren oder Tanzen fällt die Entscheidung: Welches „Sexy Beast“ überzeugt mit inneren Qualitäten? Mehr Infos und den Trailer zur ersten Sendung im Online-Folder: http://schlicht.de/epaper/sixx/sexy-beasts/ (Browser: Chrome oder Firefox).

Small-Talk-Wissen, das Spaß macht
Bereits ab 20:15 Uhr können Frauen bei „FRAUENDINGSBUMS – Attraktives Halbwissen“ alles erfahren, was sie wissen müssen. Was passiert mit den nicht verkauften Taschen von Louis Vuitton? Welche Hausarbeit verbrennt die meisten Kalorien? Wieviel Prozent der Frauen würden ihrer besten Freundin den Mann ausspannen? In der sixx-Show sagen Promis wie Paula Lambert, Micky Beisenherz, Enie van de Meiklokjes, Melissa Khalaj und Jochen Bendel, Rebecca Mir und Kult- Ehepaar Ingrid und Klaus, was sie darüber denken – bevor jede Frage statistisch fundiert beantwortet wird.

Mit Paula Lambert ins Bett
Wie fühlt sich der perfekte Orgasmus an? Ménage-à-trois – die ultimative Beziehungskonstellation? Wo liegt der Reiz der sexuellen Unterwerfung? In den ersten beiden Staffeln des erfolgreichen Sex-Talk-Events „Paula kommt! Sex & gute Nacktgeschichten“ ist Paula Lambert bereits tief in das unendliche Universum erotischer Spielarten und Leidenschaften eingetaucht. Doch es gibt immer noch viel zu klären, und deswegen hakt die sixx-Sex-Expertin weiter nach – in fünf neuen Folgen von „Paula kommt!“, ab 12. November immer um 22:50 Uhr. Selbstbewusst, neugierig und ohne Tabus.

Die sixx-Date-Night ab 12. November 2014 im Überblick:

20:15 Uhr FRAUENDINGSBUMS – Attraktives Halbwissen

22:15 Uhr Sexy Beasts

22:50 Uhr Paula kommt! Sex & gute Nacktgeschichten

Pressemitteilung

Bei Fragen:

ProSiebenSat1 TV Deutschland GmbH
Kommunikation / PR Factual & Sports
Dagmar Christadler-Colsman
Tel. +49 [89] 9507-1185
Dagmar.Christadler@ProSiebenSat1.com

Bildredaktion
Susi Lindlbauer
Tel. +49 [89] 9507-1182
Susi.Lindlbauer@ProSiebenSat1.com
www.presse.prosieben.de