

Annika Wellmann und Sabine Maasen

Wissenschaft im Boulevard: Zur Norm(alis)ierung intimer Selbstführungskompetenz

urn:nbn:de:0009-9-16358

Zusammenfassung

Am Beispiel der schweizerischen Boulevardzeitung 'Blick' geht der Artikel der Frage nach, wie während der 1980er und 1990er Jahre in einem populären Massenmedium Wissen über das Sexuelle hervorgebracht wurde und was seine Spezifität ausmacht. Es zeigt sich, dass die Angebote der Wissensvermittlung in diesem Medium während dieses Zeitraums nicht nur zunahmten, sondern dass sie sich überdies auf die Form der Beratung und die Sozialfigur der beratend tätigen Journalistin konzentrierten. Auf diese Weise verbinden sich therapeutische, sexualwissenschaftliche und psychoanalytische Diskurse in einem informierend-orientierenden Modus der Kommunikation. Sexualberatung im Boulevard unterstützt im Wesentlichen zwei Imperative: Optimierung von Sex und vertrauensvolle Sexualpartnerschaft. Die Spezifität des so konstituierten Wissens besteht dabei in Folgendem: Autorisiert durch wissenschaftliches Wissen und professionelle Expertise setzt sich partnerschaftliche Sexualität als Norm und normal durch. Darüber hinaus hält es die LeserInnen dazu an, sich in sexuellen ebenso wie in anderen Dingen mit Hilfe von Beratung selbst zu führen.

<1>

Sex, crime and sports – diese Formel wird gemeinhin Boulevardzeitungen zugeschrieben.¹ Sie ist zwar griffig, doch verdeckt sie das breite Spektrum der Themenfelder, die sich tatsächlich hier finden lassen: Auch "Wissenschaft gehört auf den Boulevard", wie es ein Redakteur der schweizerischen Boulevardzeitung 'Blick' ebenso prägnant wie offensiv zu fassen wusste.² Das Boulevardformat kann, was die Rolle der Wissenschaft betrifft, gleichwohl noch immer als Stiefkind der Publizistikwissenschaft wie auch der Wissenschaftsforschung bezeichnet werden. Während die Publizistikwissenschaft unter dem Aspekt der Wissenschaftspopularisierung allenfalls dessen Defizite hervorhebt,³ interessiert sich die Wissenschaftsforschung im Hinblick auf die Medialisierung der Wissenschaft vor allem für die Leitmedien und die sogenannten "Neuen Medien".⁴ Nur vereinzelt heben systemtheoretisch orientierte Studien "die spezifischen Ausprägungen

¹ Vgl. Peter A. Bruck / Günther Stocker: Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens: Zur Rezeption von Boulevardzeitungen (= Medien & Kommunikation 23), Münster 1996, 23.

² Helmut Ograjenshek: Boulevard beginnt im Detail – und hört dort auf, in: Bulletin des Schweizer Klub für Wissenschaftsjournalismus 1/2003, <http://www.science-journalism.ch/html/bulletin+140.html> <27.02.2008>.

³ Vgl. etwa Walter Hömberg: Das verspätete Ressort: Die Situation des Wissenschaftsjournalismus (= Journalismus Neue Folge 29), Konstanz 1990. Einen kritischen Überblick über die Entwicklung der Forschung zum Wissenschaftsjournalismus bietet Matthias Kohring: Wissenschaftsjournalismus. Forschungsüberblick und Theorieentwurf, Konstanz 2005.

⁴ Der Verschränkung von Wissenschaft und Digitalen Medien widmete sich jüngst eine Ausgabe der zeitenblicke. Vgl. Holger Simon / Sabine Büttner (Hg.): Digitale Medien und Wissenschaftskulturen, zeitenblicke 5 (2006), Nummer 3, <http://www.zeitenblicke.de/2006/3/> <02.02.2008>.

der Berichterstattung als Ausdruck einer eigenständigen journalistischen Rationalität" oder die "Eigenständigkeit der Medien" hervor.⁵ Diese Eigenständigkeit gilt für die mediale Verarbeitung von Wissenschaft insgesamt, zeigt sich jedoch mit besonderer Deutlichkeit im Bereich alltagsnaher Berichterstattung. Sexualität und Fortpflanzung stellen dabei neben Gesundheit die wichtigsten Topoi dar.

<2>

Im Mittelpunkt unserer Studie steht die spezifische Weise, auf die im Boulevard Wissen hervorgebracht wird (Beratung), sowie die Spezifität des so hervorgebrachten Wissens selbst (Wissensbasierung des Sexuellen). Welche Formate transportieren dieses Wissen? Welche Figuren werden als "wissend" inszeniert? Wie bringen Boulevardmedien wissenschaftliches Wissen interdiskursiv hervor? Am Beispiel der schweizerischen Boulevardzeitung 'Blick'⁶ gehen wir für die 1980er und 1990er Jahre diesen Fragen nach. Dabei zeigt sich einerseits, dass die Angebote der Wissensvermittlung – ganz im Geiste der Forderung nach 'Public Understanding of Science'⁷ – deutlich zunehmen und andererseits das Wissen boulevardspezifische Charakteristika hat. Zentral dabei ist die Form der Beratung, die einen sozial- und psychohygienischen Diskurs transportiert: Die Vermittlung von Wissen ist hier Aufforderung und Ausgangspunkt individueller und nahsozialer Optimierung der Sexualität.

<3>

Dazu erörtern wir zunächst die Verschränkung von Wissenschaft und populären Medien in ihrer historischen und gegenwärtigen Dimension, die sich besonders deutlich im Format der medialisierten Sexualberatung zeigt: Sexualberatung im Boulevard zeichnet sich durch eine Wissensbasierung des Sexuellen aus. Die spezifischen Charakteristika der boulevardmedialen Sexualberatung lassen sich kaum je so prägnant zeigen, wie am Beispiel der Ratgeberrubrik 'Liebe Marta'. Sie erschien von 1980 bis 1995 in der schweizerischen Boulevardzeitung 'Blick': In diesem Zeitraum vollzog sich, oder besser, die Ratgeberrubrik, das, was wir die Entwicklung zu einer zunehmend wissensbasierten Beratung nennen wollen. Abschließend wenden wir uns den gesellschaftlichen Implikationen dieser Ratgeberrubrik zu, die aus gouvernementalitätstheoretischer Perspektive als eine Einübung in Regierung durch Orientierung gelesen werden kann.

⁵ Matthias Kohring: Die Wissenschaft des Wissenschaftsjournalismus. Eine Forschungskritik und ein Alternativvorschlag, in: Christian Müller (Hg.): SciencePop. Wissenschaftsjournalismus zwischen PR und Forschungskritik (= Konkrete Wissenschaft), Graz / Wien 2004, 161-183, hier: 175; Peter Weingart: Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft, Weilerswist 2001, 237.

⁶ Der 'Blick' war 1959 lanciert worden und bereits Mitte der 1960er Jahre zur auflagenstärksten Tageszeitung auf dem von politischer Lokal- und Regionalpresse geprägten schweizerischen Pressemarkt aufgestiegen. Er blieb hier langfristig die einzige Boulevardzeitung. 1987 erlangte er seinen Auflagenzenit. Vgl. Ernst Bollinger: Pressegeschichte II: 1840-1930. Die goldenen Jahre der Massenpresse (= Öffentliche soziale Kommunikation 31), Fribourg 1996, 128-145; Verband Schweizerischer Werbegesellschaften (Hg.): Katalog der Schweizer Presse. Zeitungen, Amtsblätter, Anzeiger, Publikums-Zeitschriften 1987, Zürich 1987, 84.

⁷ Dem 'Sputnik-Schock' der späten 1950er Jahre wird eine Initialzündung für die Förderung des 'Public Understanding of Science' zugesprochen. Staatliche Maßnahmen für ein 'Public Understanding of Science' verdichteten sich in Großbritannien in den 1980er Jahren und in Deutschland Ende der 1990er Jahre. Vgl. Winfried Göpfert: Starke Wissenschafts-PR – armer Wissenschaftsjournalismus, in: Christian Müller (Hg.): SciencePop. Wissenschaftsjournalismus zwischen PR und Forschungskritik (= Konkrete Wissenschaft), Graz / Wien 2004, 184-198, hier: 185f.

Popularisierte Wissenschaft

<4>

Vor gut 10 Jahren hat Niklas Luhmann in bisher unübertroffener Prägnanz formuliert: "Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien".⁸ Dies gilt auch für die Wissenschaft: Auch was wir über die Wissenschaft wissen, wissen wir vor allem durch die Massenmedien. Und diese Kanäle sind stabil, denn "Wissenschaftsberichterstattung ist ein fester und unverrückbarer Bestandteil der Medienlandschaft geworden."⁹ Wissenschaftsberichterstattung zeichnet sich durch Vielfalt aus: "Wie nie zuvor ziehen Themen der Wissenschaft das Interesse der Medien auf sich. Ob das Klonschaf Dolly, die Folgen von BSE und der Maul- und Klauenseuche, neue Forschungsergebnisse zur Aids-Therapie und zur Klimaveränderung oder die Auswertung komplexer, internationaler Studien zum Verhalten von Mensch und Tier."¹⁰ Nicht zuletzt der ‚Bio-Hype‘ bringt Wissenschaft in die Medien. Biowissenschaftliche Befunde und Technologien lassen sich gut zu Meldungen verarbeiten, die 'uns alle' etwas angehen. Sexualität, Partnerschaft, Liebe führen die Liste an.

<5>

Dies gilt beileibe nicht nur für die sogenannte Qualitätspresse. Wissenschaft ist auch dem Boulevard nicht fremd. Dabei muss sich Wissenschaftsdarstellung zwar dem Aufmerksamkeitsraster des Boulevards fügen: "Immer wenn ein Sieg, Hoffen, Verbrechen oder Wunder – und das möglichst additiv – zu vermelden ist, liefert das den Impuls für die Hauptschlagzeile."¹¹ Dieses Aufmerksamkeitsraster zu treffen, ist jedoch nicht sehr schwierig, trägt doch die Wissenschaft selbst boulevardeske Züge. Denn im Kampf um Forschungsgelder ist öffentliche Anerkennung ein wichtiger Trumpf. Anerkennung erringen vor allem Forschungen, die ihre Relevanz ausweisen können. Verschiedene Praktiken zielen daher auf Vermittlung von Forschungsergebnissen. WissenschaftlerInnen werden in Medientrainings geschult, Öffentlichkeitsarbeit wird intensiviert.¹² 'Public Understanding of Science' ist keine abstrakte Programmatik; sie hat sich tief in der akademischen Praxis verankert und gehört unterdessen zur 'job description' von WissenschaftlerInnen ebenso wie zur strategischen Aufgabe akademischer Einrichtungen, niedergelegt in 'mission statements', realisiert durch Uni-Nächte, öffentliche Vorlesungen und universitäre Presseabteilungen.

<6>

Darüber hinaus steht Wissenschaft auch historisch in engem Zusammenhang mit boulevardesken Praktiken. Eine markante Bewegung zur Popularisierung von Naturwissenschaft und Technik, die – anachronistisch ausgedrückt – Züge eines 'edutainment' trug, datiert die wissenschafts- und technikhistorische Forschung auf die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts. Eine Initialzündung wird der Londoner

⁸ Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, 2. erweiterte Auflage, Opladen 1996, 9.

⁹ Brief der dpa-Chefredaktion „An die Chefredakteure der Bezieher des dpa-Basisdienstes“, Hamburg 5.6.2001, zitiert nach Holger Wormer: Wissenschaft bei einer Tageszeitung. Fragen zur Vergiftung von Ehegatten und andere Dienstleistungen, in: ders. (Hg.): Die Wissensmacher. Profile und Arbeitsfelder von Wissenschaftsredaktionen in Deutschland, Wiesbaden 2006, 12-27, hier: 17.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Christoph Fischer: Wissenschaft auf dem Boulevard: Balance zwischen Goethes Gehirn und Krebswunder, in: Holger Wormer (Hg.): Die Wissensmacher. Profile und Arbeitsfelder von Wissenschaftsredaktionen in Deutschland, Wiesbaden 2006, 28-43, hier: 30f.

¹² Vgl. Göpfert: Wissenschafts-PR (wie Anm. 7).

Weltausstellung von 1851, die sechs Millionen BesucherInnen anzog, zugeschrieben. Doch vermutlich reicht der Beginn der Populärwissenschaft noch weiter zurück. So hörte ein ausgesprochen heterogenes Publikum bereits 1827/28 Alexander von Humboldts Kosmosvorträge. Zwischen 1860 und 1895 etablierte sich ein ausdifferenzierter Markt für Populärwissenschaften, auf dem populärwissenschaftliche Medien unterschiedlichster Art erschienen: Zeitschriften, Sachbücher oder literarische Werke, Buchreihen, Bilder, wissenschaftliche Feuilletons in der Tagespresse, Ausstellungen, Museen, populäre Vorträge, Theaterstücke und Spiele.¹³ Nicht unzutreffend zieht ein Boulevardjournalist die entsprechende Trajektorie: "Als Boulevardjournalisten stehen wir in gewisser Hinsicht in dieser Tradition".¹⁴

<7>

In der Tat: 'Public Understanding of Science' hat eine Geschichte.¹⁵ Diese Geschichte weist auf diskursive Formate hin, die für das Entstehen, die Verbreitung und die Akzeptanz wissenschaftlichen Wissens bis heute von großer Bedeutung sind. Sie überschreiten die konventionelle Form der Wissenschaftsberichterstattung, für die die Publizistikwissenschaft eine "Strukturschwäche" konstatiert.¹⁶ So findet sich – vor allem in den populären Medien – Wissenschaft in jenem Genre wider, das die Nützlichkeit und Relevanz der Wissenschaft zu demonstrieren vermag. Dazu gehören insbesondere solche Formate, die wissenschaftliches Wissen kontextualisieren oder gar diskursivieren: so etwa der ‚Tipp‘ des Spezialisten oder das ‚Wussten Sie schon ...?‘ aus der Wissenschaft und Technik. Im Bereich des Persönlichen und damit der Psychologie ist vor allem die expertengeführte Kolumne sehr geschätzt.

Medialisierte Beratung

<8>

Die Popularisierung der Wissenschaft und die Wissenschaftsgeneigtheit des Boulevards konvergieren auf das intimste im Bereich von Liebe, Partnerschaft und Sexualität. Während die Boulevardtauglichkeit dieser Themen Wenige überraschen wird,¹⁷ erleben wir seit knapp 30 Jahren doch auch etwas, das sich als eine Doppelbewegung

¹³ Vgl. Barbara Orland: Reisen zum Mittelpunkt der Erde – Anfänge und Aspekte einer Geschichte der Populärwissenschaft, in: Kultur & Technik. Zeitschrift des Deutschen Museums 20 (1996), Heft 3, 46-53, hier: 47f.; ähnlich auch Philipp Sarasin: Das obszöne Genießen der Wissenschaft. Über Populärwissenschaft und "mad scientists", in: ders.: Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse, Frankfurt a. M. 2003, 231-257, hier: 234-241.

¹⁴ Fischer: Wissenschaft (wie Anm. 11), 34.

¹⁵ Vgl. Christine Brecht / Barbara Orland: Populäres Wissen, in: WerkstattGeschichte 23 (1999), 4-12; David Knight: Public Understanding of Science. A history of communicating scientific ideas (= Routledge Studies in the history of science, technology and medicine 26), London / New York 2006.

¹⁶ Michael Schanne: Wissenschaftsberichterstattung in den Tageszeitungen der Schweiz, in: ders. (Hg.): 'Wissenschaft' in den Tageszeitungen der Schweiz, Zürich 1986, 20-82, hier: 30. Tatsächlich war die reine Wissenschaftsberichterstattung in den 1980er Jahren eher marginal.

Wissenschaftsjournalistische Artikel hatten am Gesamtvolumen der redaktionellen Leistung schweizerischer Zeitungen einen durchschnittlichen Anteil von unter zwei Prozent. Nur etwa ein Fünftel der Artikel wurde als optisch dominierende Einheit aufgemacht.

Wissenschaftsjournalistische Einspalter dienten lediglich dem Ausgleich redaktioneller Mängel. Vgl. Schanne: Wissenschaftsberichterstattung, hier: 42; Hömberg: Ressort (wie Anm. 3), 35.

¹⁷ Dies sieht auch Fischer so: "'Sex sells' – auch das gilt besonders im Boulevard", in: Fischer: Wissenschaft (wie Anm. 11), 29.

beschreiben lässt: Die Verwissenschaftlichung der Problematisierung der Sexualität¹⁸ und die Boulevardisierung dieser verwissenschaftlichten Problematisierung der Sexualität. Die wissensbasierte Form der Behandlung intimer Probleme orientiert sich dabei an dem Modell der Therapie, die durch Sexualwissenschaft, Psychoanalyse, Verhaltens- oder Kommunikationspsychologie informiert ist. Sie diffundierte indessen von der Couch oder der sexualtherapeutischen Praxis in immer neue Handlungsfelder (Fernsehen, Radio, Kirche, 'Camps', Internet, etc.) und differenzierte dabei ihre Erscheinungsform, die nicht länger einem strikt therapeutischen Modell folgt.

<9>

Die heute generalisierte Form, in der die Doppelbewegung einer Verwissenschaftlichung der Sexualität und ihre Boulevardisierung konvergieren, ist die der Beratung. Beratung ist unterdessen in "allen gesellschaftlichen Kontexten anwählbar geworden",¹⁹ und findet sich, was die Individualberatung angeht, in der Nachbarschaft von Psychotherapie, Coaching oder Internet-Forum. Derweil sind die Diskussionen darüber verebbt, ob es sich bei der Multiplikation quasi-therapeutischer Formate um eine Tendenz zur Demokratisierung der intimen Selbstthematisierung handelt, oder lediglich um eine Banalisierung der Psychoanalyse.²⁰ Unstrittig ist nun bei allen Unterschieden in der Bewertung, dass sich hierin eine gesellschaftsweite Normalisierung der Fähigkeit ausspricht, die eigene Sexualität zu problematisieren und es zunehmend für evident gehalten wird, dass das Problem im Medium beratender Interventionen einer Lösung zugeführt werden könne.

<10>

Die Medialisierung der intimen Selbstproblematisierung trägt zu dieser Evidenz bei. Es kann sich heute nicht nur potentiell jeder mit seinem sexuellen Problem per Leserbrief oder E-Mail an einen Experten wenden und dadurch aktiv am Diskurs partizipieren; darüber hinaus kann potentiell jeder die vorgebrachten Probleme und deren Lösungsvorschläge zur Kenntnis nehmen und dadurch konsumierend am Diskurs teilnehmen. Ratsuche wird dabei weder mit Pathologisierung noch mit Klientelisierung gleichgesetzt. Vielmehr bestätigt massenmediale Ratsuche jenseits und neben anderen Formen intimer Selbstthematisierung sowohl die Normalität des Gegenstands ('ich habe ein sexuelles Problem') als auch die Normalität seiner Bearbeitung (in Form von Beratung).

<11>

Wesentlich für alle Varianten beratender Kommunikation ist, dass sie zwischen Rat und Tat, ExpertInnen und Laien unterscheidet. Dazwischen entsteht ein gleichsam ‚exterritorialer Bezirk‘ (Alois Hahn) von Beobachtung und Reflexion zur Identifizierung von Handlungsoptionen. Der Inhalt von Beratung ist das 'Wie' und das 'Was' einer als notwendig erachteten Veränderung: Sie thematisiert und steuert Selbstbeobachtung und -führung. Die Variante der Kolumne, die Beratung im kurzformatigen Frage-Antwort-

¹⁸ Vgl. Sabine Maasen / Maria Kastner: So bekommen Sie Ihr Problem in den Griff. Genealogie der kommunikativen Praxis 'Sexratgebersendung', in: Reinhard Fiehler / Dieter Metzger (Hg.): Untersuchungen zur Kommunikationsstruktur (= Bielefelder Schriften zu Linguistik und Literaturwissenschaft 5), Bielefeld 1995, 21-84.

¹⁹ Peter Fuchs / Enrico Mahler: Form und Funktion von Beratung, in: Soziale Systeme 6 (2000), 349-368, hier: 359.

²⁰ Vgl. Robert Castel: Die flüchtigen Therapien, in: Hanns-Georg Brose / Bruno Hildebrand (Hg.): Vom Ende des Individuums zur Individualisierung ohne Ende (= Biographie und Gesellschaft 4), Opladen 1988, 153-160.

Schema, ist für den Leser scheinbar unbedeutend, keine ‚wirkliche‘ Beratung, da sie kein interaktionsfähiges Gegenüber kennt. Doch wie Stefanie Duttweiler auch für Lebenshilferatgeberbücher zeigt, übernimmt das Lesen selbst die Funktion des orientierenden Selbstbezugs. "Jeder Text entsteht erst im und durch den Akt des Lesens und die Leser sind nach der Lektüre nicht mehr die gleichen wie zu Beginn, denn sie machen durch das Lesen neue Erfahrungen".²¹ Die geschilderten Probleme und Lösungen laden zur Identifizierung oder Anpassung auf die eigene Situation ein; die vorgeschlagenen Übungen zeigen 'tatsächlich' Wirkung, der empfohlene Gang zum Arzt oder das Gespräch mit dem Partner klärt das Problem. Die Kolumne kann aus dieser Perspektive als hoch anspruchsvolle Form expertengestützter Selbstführung betrachtet werden.

<12>

Dies geschieht auf der Basis von Wissen: Wissen über die grundsätzliche Asymmetrie der Kommunikation und sozialen Rollen, über die knappe Darstellung als 'Problem' und 'Lösung', über die Gegenstände, die zum Themenfeld Sexualität gehören. Dieses Wissen ist in der westlichen Kultur über Jahrhunderte hinweg ausgestaltet und verfeinert worden.²² Die Verwissenschaftlichung der Sexualität zeigt sich im Boulevard, das gemeinhin als defizitäre Variante der Massenmedien gilt, auf ebenso indirekte wie präzise Weise. Wissenschaft kommt nicht als komplexe Darstellung eines empirischen Befundes daher, sondern in der Form eines wissenschaftsbasierten Vorschlags; der Ratgeber erscheint nicht als Wissenschaftler, sondern als Experte, der auf der Grundlage wissenschaftlicher, aber auch anderer Formen (professionell-journalistisches Wissen oder Lebenserfahrung) moderiert; der Ratsuchende erwartet Wissen auf dem besten Stand, aber auch verständliche und situationsgerechte Anpassung an 'sein' Problem.

Fallbeispiel: 'Liebe Marta'

<13>

All dies, heute allgegenwärtig und ausdifferenziert, lässt sich in die 1980er Jahre zurückverfolgen. So 'verkaufte' die schweizerische Boulevardzeitung 'Blick' schon früh nicht nur mit textlichen und visuellen Anspielungen ihre übrigen Themen ('sex sells'). Der 'Blick' thematisierte auch Sexualität als eigenes Thema in der Form einer Ratgeberkolumne. Damit setzte er auf ein verwissenschaftlichtes Format: die wissenschaftsbasierte Beratung. Sie wurde durch eine wissenschaftsförmige Sozialfigur, die Expertin, geführt: Die Beraterin Marta Emmenegger, die als 'Liebe Marta' auftrat, war selbst nicht Sexualwissenschaftlerin oder ausgebildete Therapeutin; sie bot ihrem Gegenüber als Mediatorin zwischen Wissenschaft, Journalismus und Alltagsverstand verständliche und situationsgerechte Anpassung an 'sein' Problem an. Sexualität und Expertise konstellierte sich im Medium der Beratung als Resultat einer Hybridisierung von Wissensformen.²³ Wissenschaft war ein spezifisches, wichtiges, aber stets zu kontextualisierendes Element.

<14>

Indes lässt sich die 'Liebe Marta' nicht als ein 'Ursprungsmedium' deuten. Sie knüpfte bei ihrer Lancierung 1980 vielmehr an etablierte Möglichkeiten der Medialisierung von

²¹ Stefanie Duttweiler: Sein Glück machen. Arbeit am Glück als neoliberale Regierungstechnologie, Konstanz 2007, 71.

²² Vgl. Sabine Maasen: Genealogie der Unmoral. Zur Therapeutisierung sexueller Selbstes, Frankfurt a. M. 1998.

²³ Vgl. auch Duttweiler: Glück (wie Anm. 21), 143-147.

Wissenschaft und Sexualität an. Denn sowohl Sex als auch Wissenschaft waren unlängst fixe Bestandteile des 'Blick'. Er assoziierte die 'Liebe Marta' offenkundig mit Wissenschaft, indem er sie bei ihrem ersten Erscheinen gemeinsam mit einem Wissenschaftsartikel, der in einem Gespräch mit einem Sexologen die "neuen Sex-Sitten" in der Schweiz auslotete, auf der Titelseite ankündigte.²⁴ Dieser Konnex fungierte als Legitimierungsschub für die neue Ratgeberin: Sie sei die Expertin, die wissenschaftliche Erkenntnisse alltagsnah am konkreten Fall vermitteln würde.

<15>

Wenngleich die 'Liebe Marta' mediale Anknüpfungspunkte nutzte, generierte sie neue Formationen. Sie verkoppelte Sex und diverse Formen des Wissens auf spezifische Weise. Stärker noch als in der Wissenschaftsberichterstattung erschien Sexualität hier als transgressives Thema, das auf weitere Bereiche des Alltags ausgeweitet wurde. Sie wurde mit der Paarbeziehung verknüpft. Die 'Liebe Marta' portierte dabei das Ideal der Partnerschaft, das (zumindest auf legislativer Ebene) zeitgleich das patriarchale Beziehungsmodell ablöste und durch Gleichwertigkeit, Autonomie und Interaktion charakterisiert war.²⁵ Diese Charakteristika wurden zu perpetuierten Imperativen: "Wer nie selbst zum Zug kommt, nur reagieren kann, verliert mit der Zeit allen Elan, natürlich auch im Bett. Denn dort sind wir nicht anders als sonst."²⁶ Alltagshandeln und Sex durchdrangen sich gegenseitig. Sex war Alltagshandeln. Dieses Programm deckte ein entsprechend breites Themenspektrum, das das Repertoire der Sexualität – in einem technischen Sinne – weit überschritt. Die 'Liebe Marta' thematisierte auch Familienkonflikte, Unzufriedenheiten mit dem Aussehen oder finanzielle oder berufliche Probleme. Das Gros der Themen bildeten aber sexuelle und Beziehungsprobleme. Genauer: Jeder Brief, der im 'Blick' erschien, bedurfte einer sexuellen Komponente. Und Sex wiederum musste an ein Beziehungsproblem geknüpft sein. Die 'Liebe Marta' forcierte auf diese Weise einen bestimmten Sex: den Beziehungssex. Den Ratschlägen lag ein gleich bleibendes Muster zugrunde: Sex kann nur in einer gut funktionierenden Paarbeziehung befriedigend sein, und zu einer guten Beziehung gehört befriedigender Sex.

<16>

Um die nach diesem Grundmuster gearbeiteten Ratschläge bat eine heterogene Schar Ratsuchender. Mit Blick auf das Geschlecht wandten sich fast ebenso viele Männer wie Frauen an die 'Liebe Marta'. Dem Alter nach waren die Ratsuchenden jedoch sehr unterschiedlich. Die Geburtsjahrgänge waren über das gesamte 20. Jahrhundert verteilt, die jüngsten Ratsuchenden 1979 geboren. Zu dem Zeitpunkt, da sie der 'Lieben Marta' schrieben, waren manche Ratsuchende noch nicht in die Pubertät eingetreten, während andere bereits die 90 überschritten hatten. Auch die soziale Herkunft war, sofern es darüber explizite oder implizite Auskünfte gab, breit gestreut.²⁷

²⁴ Helmut Ograjenscheck: „Sex 80: Schweizer Paare mögen's sanft“, in: Blick vom 8.2.1980, 13.

²⁵ Das neue Eherecht, das ein partnerschaftliches Modell stütze, trat 1988 in Kraft. Vgl. Eidgenössische Kommission für Frauenfragen (Hg.): Frauen Macht Geschichte 1848-2000. Zur Geschichte der Gleichstellung in der Schweiz 1848-2000, Bern 2001, http://www.frauenkommission.ch/pdf/d_3_5_recht.pdf <12.02.2008>, Kapitel 3.5: Frauen im Zivilrecht.

²⁶ Ich könnte immer Sex machen – meine Freundin weicht aus, in: Blick vom 6.8.1986, 7.

²⁷ Dies lässt sich aber nicht lückenlos rekonstruieren, da die Ratsuchenden ihren Beruf zumeist nicht angeben haben und sich ein Habitus am Briefmaterial empirisch nicht mit letzter Sicherheit erfassen lässt.

<17>

Sowohl von den Ratsuchenden als auch von der 'Lieben Marta' wurde Sexualität weitgehend offen verhandelt. Marta Emmenegger verfolgte dabei die von der Chefredaktion ausgegebene Direktive, als "Beichtmutter für den Unterleib" eine "süffig und tabufrei geschriebene Sex-Beratung" durchzuführen.²⁸ Es gab – so scheint es auf den ersten Blick – kein Thema, dass nicht 'be-schreib-bar' gewesen wäre. Der Vergleich von Briefen und Kolumnen zeigt jedoch, dass die Ratsuchenden weitaus stärker bereit waren, Details ihres Sexlebens zu erörtern, als es die Kolumne zuließ. Marta Emmenegger redigierte die Briefe. Mitunter ersetzte sie vor der Veröffentlichung eindeutige Benennungen durch vage Beschreibungen.

So sagte "Eberhard" 1981 in einer Kolumne über seine Ehefrau: "Manchmal erlaubt sie mir eine bestimmte Art der Vereinigung, denn die normale findet sie grusig."²⁹ Dieser Satz ließ viel Interpretationsspielraum. Nicht so im Originalbrief, in dem der Ratsuchende sehr konkret sagte, um welche Praktik es sich handelte: "In der Not kam es auch schon zum Analverkehr nur dass ich wieder eine zeitlang Ruhe hatte. Sie sieht halt auch der Normalverkehr als nasse Sauerei an, wo sie sehr wiederlich empfindet."³⁰ Der veröffentlichte Sex machte vor analen Praktiken halt. Diese wurden erst ab 1988 in der Ratgeberrubrik benannt.

Ähnlich verfuhr die Ratgeberin mit dem Brief von Brigitte, die den sexuellen Gebrauch verschiedener Gegenstände genannt hatte: Massagestab, Massagegerät, Duschbrause und elektrische Zahnbürste.³¹ Über den Einsatz von Duschbrause und elektrischer Zahnbürste durfte sie in der Kolumne jedoch nicht sprechen. Hier hieß es nun: "Es war aber so, dass er mir kaum einmal einen Kuss gab und mich nicht streichelte. Dafür packte er eines Abends ein Massagegerät aus und bestand darauf, es an mir auszuprobieren. Dabei beobachtete er mich intensiv, und ich schämte mich so, dass ich mein Gesicht verdeckte. Auf meine Bitte, er solle doch noch richtig zu mir kommen, sagte er, es genüge ihm so. Bald danach kam er auch noch mit einem Massagestab. Ich sagte ihm, dass ich es viel lieber hätte, wenn er Hände und Mund gebrauchte [sic] würde. Aber es nutzte nichts."³² Die 'Liebe Marta' befürwortete durchaus die Anwendung von Gegenständen, die für den sexuellen Gebrauch produziert wurden. Sie informierte darüber, wo man Gummipuppen erwerben könne oder gab Literaturtipps zum Umgang mit Vibratoren.³³ Duschbrause und elektrische Zahnbürste, gleichsam zweckentfremdet eingesetzt, sparte sie aus.

²⁸ Peter Uebersax: Blick zurück. Erinnerungen eines Chefredaktors, Zürich 1995, 133-134.

²⁹ Mundartlich für „ekelig“. Danke ich an sie, durchrieselt mich ein schönes Gefühl, 'Blick' vom 23.12.1982, 7.

³⁰ Brief vom 21.4.1982, DNr. 10947, 2.

³¹ Vgl. Brief vom 4.6.1985, DNr. 1306.

³² Nach 16 Jahren Ehe wollte mein Mann ein Massagegerät an mir ausprobieren, in: 'Blick' vom 16.7.1985, 7.

³³ Vgl. etwa Rentner fragt Marta: 'Was ist ein Massage-Apparat?', in: 'Blick' vom 6.5.1981, 5; Ich suche eine Puppe - zum Spielen und zum Ausprobieren!, in: 'Blick' vom 10.12.1981, 5; Was mache ich falsch mit meinem Vibrator?, in: 'Blick' vom 7.1.1988, 5.



Abb. 1: Bruno Torricelli: Marta Emmenegger im Lehnstuhl, in: Blick vom 15.9.1980, 13.

<18>

Die Beispiele zeigen, dass die 'Liebe Marta' nicht jegliches Reden über Sex zuließ. Sie schloss gewisse sexuelle Praktiken, die vermutlich die Grenzen des im Boulevardformat Sagbaren überschritten, aus. Beide Beispiele verdeutlichen auch, dass die 'Liebe Marta' eine Verhandlungsmoral portierte.³⁴ Paare sollten ihren Sex aushandeln und aufeinander eingehen. "Eberhard" und "Brigitte" waren freilich an einem Mangel an Interaktion gescheitert. Als Negativfolien boten ihre Probleme der 'Lieben Marta' eine Möglichkeit, indirekt auf die Notwendigkeit von Respekt und Wertschätzung, Aushandeln und Rücksichtnahme für befriedigenden Sex zu verweisen. Auch diese Beispiele stehen deshalb für das von der 'Lieben Marta' favorisierte Normalmodell der Sexualität: für den Beziehungssex. Die tägliche Lektüre der (entsprechend selektiv zusammengestellten) Kolumne normalisierte nicht nur die aus diesem Normalmodell entstehenden Probleme, sondern auch die möglichen Lösungen.

<19>

Das Wissen um den Sex sollte die legitimierte Sozialfigur der Expertin vermitteln. Zu diesem Zweck wurde sie detailreich in Szene gesetzt. In einer Serie, mit der der 'Blick' seine neue Ratgeberin der Leserschaft bekannt zu machen suchte, erschien Marta Emmenegger als seriöse Ratgeberin und wandelbare Persönlichkeit. Ein zentrales Element der Inszenierung war ihre Biographie. Als Tochter eines Arbeiters verkörperte die 'Liebe Marta' sozialen Aufstieg durch Erwerbsarbeit, den kleinbürgerliche und

³⁴ Vgl. Gunter Schmidt: Das Verschwinden der Sexualmoral. Über sexuelle Verhältnisse, Hamburg 1996.

Arbeitermilieus während des Wirtschaftswachstums der 1950er Jahre kollektiv vollzogen hatten.³⁵ Damit bot sie der Leserschaft, die in ähnlichen Milieus verortet war, Identifikationsmöglichkeiten.³⁶ Ihre erfolgreiche Erwerbsbiographie unterstrich aber gleichzeitig die Besonderheit der Ratgeberin, denn Frauen hatten in der Erwerbsswelt der 1980er Jahre noch sehr beschränkte Entscheidungs- und Gestaltungsmacht.³⁷ Als geschiedene Mutter wurde sie zu der seit den 1960er Jahren zunehmenden, viel diskutierten Scheidungshäufigkeit in Beziehung gesetzt.³⁸ Dieses biographische Detail zeigte, dass sie wisse, wie man sich selbst in schwierigen Situationen helfen konnte. Ihre Lebenserfahrung fundierte ihre Fähigkeit zum Ratgeben.

<20>

Die Marta Emmenegger der Gegenwart wurde als wissbegierig, intelligent und belesen, jugendlich, sportlich und lebensfroh inszeniert. Ihre Befähigung zum Ratgeben fuße auf zwei Säulen: "Das Vertrauen, das man ihr entgegenbringt, und ihre eigene Lebenserfahrung sind Martas bestes Kapital bei ihrer Arbeit als Beraterin. Das dazugehörige Fachwissen hat sie sich in jahrelanger Kleinarbeit selbst beigebracht."³⁹ Das Gegengewicht zu der textuell ausgebauten Biographie bildete die Illustration des Artikels. Marta Emmenegger posierte in lässiger Haltung mit einem Buch in einem Lehnstuhl. Den Hintergrund bildete ein Bücherregal, dessen Länge und Höhe über das Foto hinaus reichten. Dieses Bildelement versinnbildlichte den grenzenlosen Wissensdurst der Ratgeberin. Die Bildunterschrift bekräftigte diese Aussage: "Marta Emmenegger in ihrer Freizeit: Lesen, lesen und nochmals lesen." Die Ratgeberin hatte ein medial konstruiertes Durchschnitts-Privatleben mit individuellen Akzenten und wurde zugleich als bildungsbürgerlich inszeniert. Biographie und Bildung verorteten ihre Expertise zwischen Erfahrung und Professionalität.

³⁵ Vgl. Jakob Tanner: Die Schweiz in den 1950er Jahren, in: Jean-Daniel Blanc / Christine Luchsinger: achtung: die 50er Jahre! Annäherung an eine widersprüchliche Zeit (= Prozesse und Strukturen), Zürich 1994, 19-50, hier: 34-40.

³⁶ Mitte der 1980er Jahre wurde der 'Blick' mit zunehmendem Alter und höherer Schulbildung weniger rezipiert. Viel gelesen wurde er von Handwerkern, Angestellten und ArbeiterInnen. Seine Beliebtheit war in peripheren Räumen ausgeprägter als in den Städten und Ballungsräumen. Vgl. AG für Werbemittelforschung: MINI-MS 87, Befragungs-Ergebnisse: Presse, Kino, Einzeltabelle MS 87 'Blick', nicht paginiert.

³⁷ Vgl. Regina Wecker: Von der Langlebigkeit der "Sonderkategorie Frau" auf dem Arbeitsmarkt. Frauenerwerbstätigkeit 1880–1980, in: Marie-Louise Barben / Elisabeth Ryter (Hg.): Verflixt und zugenäht! Frauenberufsausbildung – Frauenerwerbsarbeit 1888-1988, Zürich 1988, 45-54.

³⁸ Vgl. Ruth Hungerbühler: Entwicklung und Wandel der Lebensformen, in: Eidgenössische Kommission für Frauenfragen (Hg.): Viel erreicht – wenig verändert? Zur Situation der Frauen in der Schweiz, Bern 1995, 73-81, hier: 75; Melanie Hediger: Das Bild der Schweizer Frau in Schweizer Zeitschriften, Studien zu 'Annabelle', 'Schweizer Illustrierte' und 'Sonntag' von 1966 bis 1976 (= Religion - Politik - Gesellschaft in der Schweiz 35), Fribourg 2004, 118f.

³⁹ Rut Kummer: Warum Marta helfen will..., in: Blick vom 15.9.1980, 13.



Abb. 2: Liebe Marta vom 14.1.1984, 5.

<21>

Analog zur Inszenierung der Ratgeberin war die Ratgeberrubrik von Erfahrungswissen, professionellem und wissenschaftlichem Wissen geprägt. Diese Hybridisierung von Wissensformen machte sexuelles Wissen breit rezipierbar und beförderte die Wissensbasierung des Sexuellen. Mit ihrer Lebenserfahrung untermauerte Marta Emmenegger ihre Ratschläge selten, aber ausgreifend. "Silvia", die von der Mutter ihres Freundes nicht akzeptiert wurde, entgegnete sie, "zufällig erlebte ich Ähnliches und bin deshalb fast befangen. Aber es ist so lange her, dass ich schon philosophisch zurückblicke – und auch meine Fehler sehe. Ich war so jung wie mein Freund, unsicher und ohne Selbstwertgefühl. So hätte ich mich nicht getraut zu streiken, unterzog mich, sagte ja, wenn ich nein dachte und fand zu allem Elend noch, die andern hätten recht, und ich sei halt minderwertig. Heute weiss ich, dass meine Haltung so falsch war wie die Frontenbildung, die Du betreibst – nicht allein, aber auch."⁴⁰ Der darauf folgende Rat war kaum auszuschlagen, denn schließlich "wusste" die 'Liebe Marta' aus eigener 'Erfahrung', wie "Silvia" mit der Situation am besten umging.

<22>

Lebenserfahrung und professionelles Wissen der langjährigen Beraterin kamen auch in Form verallgemeinernder Aussagen zum Tragen. So riet sie: "Es bekommt im allgemeinen der ganzen Familie gut, wenn auch die Mutter Interessen und Beziehungen pflegt, die über die eigenen vier Wände hinaus gehen."⁴¹ Diese Aussage mag in erster Linie in der Abwertung sogenannter 'Nur-Hausfrauen' zu verorten sein, die in der Schweiz während der 1970er Jahre eingesetzt hatte.⁴² Sie war zugleich mit dem Bild der Ratgeberin, die nach ihrer Tätigkeit als Hausfrau und Mutter in den späten 1960er Jahren eine Erwerbsarbeit bei einer Frauenzeitschrift aufgenommen hatte, kompatibel.⁴³ Lebenserfahrung und professionelles Wissen der Ratgeberin, die das breite Repertoire an Problemen aus ihrer langjährigen Praxis kannte, fanden auch in der Geste des

⁴⁰ Die Mutter meines Freundes will gar nichts von mir wissen, in: Blick vom 5.2.1988, 5.

⁴¹ Mein Mann hasst, wenn ich in die Beiz gehe, in; Blick vom 6.2.1991, 13.

⁴² Vgl. Elisabeth Joris: Hausarbeit, in: Historisches Lexikon der Schweiz, <http://hls-dhs-dss.ch/index.php> <8.2.2008>.

⁴³ Vgl. Kummer: Warum Marta helfen will... (wie Anm. 39); Robert Naef: So denkt Marta Emmenegger, in: Blick für die Frau vom 7.8.1987, 11; Peter Niklaus Trösch: Marta und ihr Journalistennest. Die ganze Familie der "Sextante" ist im Journalismus tätig – ein Unikum, in: Tages-Anzeiger vom 11.9.1992, 73.

Verständnisses Ausdruck: "[E]s ist zumindest verständlich, dass Du beunruhigt bist", entgegnete sie "Anita", die im Schrank ihres Sohnes Damenwäsche gefunden hatte.⁴⁴

<23>

Insofern die 'Liebe Marta' abstraktes wissenschaftliches Wissen nutzte, veranschaulichte sie es stets durch interdiskursive Sprachspiele.⁴⁵ "Paul" klagte, er habe seine Frau überzeugen müssen, dass man Sex haben dürfe, wenn man kein Kind wolle. Nach der Sterilisation habe sie nun die Lust am Sex verloren. Die 'Liebe Marta' erklärte: "Sie hatte knapp gelernt, sich das Lieben auch ohne Fortpflanzung zu gestatten, als sie sich entschloss, dieser ein für allemal ein Ende zu setzen. Das hat sie wohl überfordert. Sie liegt, wenn auch unbewusst, im Clinch mit ihrem strengen Über-Ich, während Du dauernd forderst, was dieses nicht zulassen will – Kunststück will sie grad gar nichts mehr wissen."⁴⁶ Die Ratgeberin anthropomorphisierte das Über-Ich, stattete es mit einer Eigenschaft ("Strenge") aus und beschrieb es als handelnd (es liege im Clinch, wolle etwas nicht zulassen). Wie ein Mensch stand das Über-Ich nun zwischen dem Ratsuchenden und seiner Frau. Die 'Liebe Marta' veranschaulichte durch den alltagsorientierten Rat und das interdiskursive Sprachspiel ein abstraktes psychoanalytisches Konzept. Psychoanalytisches Wissen wurde situationsgerecht angepasst und für Laien anschlussfähig.



⁴⁴ Mein Sohn ist spitz auf Damenwäsche – was soll ich tun?, in: Blick vom 28.8.1989, 10.

⁴⁵ Nach Jürgen Link ist zwischen Spezial- und Interdiskursen, das heißt wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Diskursen zu unterscheiden. Aufgrund der modernen Arbeitsteilung neigen diskursive Formationen zur Spezialisierung. Interdiskursive Sprachspiele wie Metaphern, Symbole oder Vergleiche ermöglichen einen Transfer von Spezialwissen in die Alltagssprache. Interdiskurse kennzeichnen die literarischen und journalistischen Textsorten der Popularisierung. Vgl. Jürgen Link: Literaturanalyse und Interdiskursanalyse. Am Beispiel des Ursprungs literarischer Symbolik in der Kollektivsymbolik, in: Jürgen Fohrmann / Harro Müller (Hg.): Diskurstheorien und Literaturwissenschaft, Frankfurt a. M. 1988, 284-307.

⁴⁶ Meine Frau zeigt mir nach ihrer Sterilisation die kalte Schulter, in: Blick vom 14.1.1984, 5.

Abb. 3: Wissenschaftsseite im 'Blick', Blick vom 11.4.2001, 29.

<24>

Die Vermittlung von Wissen durch die 'Liebe Marta' war Aufforderung zu und Ausgangspunkt von individueller und nahsozialer Optimierung von Sexualität. Dies zeigte sich, wenn sie "Samuel E., Kt. St Gallen", dessen Frau nach einer schmerzhaften Geburt keine sexuelle Lust mehr spürte, attestierte: "Sicher haben die Verstümmelungen nicht zu einem harmonischen Eheleben beigetragen. Sie wurden nie richtig ausgearbeitet, weil man nur auf die körperliche Wiederherstellung setzte. Da ist Einiges nachzuholen und ich würde dafür einen Therapeuten beiziehen (bei der Wahl kann ich behilflich sein)."⁴⁷ Diese Struktur (Erklärung und Handlungsanleitung) und Kernaussage („Verbessere Deine Situation!“) lagen allen Ratschlägen zugrunde, so auch dem nur scheinbar anders gelagerten Rat an "Arthur", der ausschließlich durch voyeuristische Betätigung sexuelle Befriedigung erreichte: "Der Gehörsinn spielt in der Sexualität eine bedeutende Rolle. [...] Nur – wenn sich solche Teiltriebe selbständig machen, wird's problematisch. Denn es ist ihnen eigen, dass sie rasch überhand bekommen – und auch behalten. Selbst wenn Du den Therapeuten aufsuchst, wird er Dich nicht ganz davon befreien können. Aber er könnte Dich lehren, besser damit umzugehen – und befriedigender zu leben."⁴⁸

<25>

Das Konzept der 'Lieben Marta', die in der Schweiz zur "Sexberaterin der Nation" avancierte,⁴⁹ markierte den Umschlagspunkt einer medialen Entwicklung in Richtung zunehmend wissenschaftlicher Beratung. In den 1980er und 1990er Jahren nahm die beratende Kommunikation im 'Blick' zu. Mitte der 1990er Jahre verfügte er über eine Vielzahl von Ratgebern, die die Leserschaft zu Küche und Garten, Reisen und Berufswahl, Mode und Schönheit berieten. Sexuelles Wissen transportierte ab 1989 neben der 'Lieben Marta' ein medizinischer Ratgeber.⁵⁰ Sexualität erschien hier regelmässig durch Leserfragen. Wissenschaftsjournalistische Beiträge, die nicht explizit Sexualität thematisierten, wurden durch Bilder oder Überschriften mit Sex konnotiert. Auch hier kam ein ratgebender Experte zum Einsatz. Die Figur des ratgebenden Arztes legitimierte den Anspruch der Boulevardzeitung auf Wissensvermittlung, denn "[d]as ärztliche Wort kann nicht von irgend jemand kommen; sein Wert, seine Wirksamkeit, sogar seine therapeutischen Kräfte und auf allgemeine Weise seine Existenz als ärztliches Wort sind nicht ablösbar von der durch einen Status definierten Persönlichkeit, die das Recht hat, es zu artikulieren, indem sie für dieses Wort die Kraft in Anspruch nimmt, Leiden und Tod zu bannen."⁵¹ Mit dieser Sonderstellung führte die Figur des Arztes – ähnlich wie die der gebildeten Autodidaktin 'Liebe Marta' – eine Unterscheidung zwischen Experte und Laien ein.

<26>

Als Ratgeber war auch um die Jahrtausendwende die Doppelseite 'Blick Gsund' konzipiert. Sie vereinte diverse Formate, die die Nützlichkeit der Wissenschaften demonstrierten und damit dem 'Public Understanding of Science' zuarbeiteten. "14 Experten" aus der

⁴⁷ Die Ärzte empörten sich über die Flickarbeit an meiner Frau, in: Blick vom 21.10.1981, 5.

⁴⁸ Ich schaue gerne anderen beim Sex zu, in: Blick vom 12.8.86, 5.

⁴⁹ O. A.: Es war das Herz. Zum Tod von Marta Emmenegger, in: Neue Zürcher Zeitung vom 12.12.2001, 45.

⁵⁰ Vgl. Herr Doktor, bitte helfen Sie mir!, in: Blick vom 11.7.1989, 11.

⁵¹ Michel Foucault: Archäologie des Wissens, Frankfurt a. M. 1981, 76.

medizinischen Praxis standen der Leserschaft "mit Rat und Tat" zur Seite,⁵² Prominente gaben Gesundheitstipps, wissenschaftsjournalistische Artikel berichteten über aktuelle medizinische Forschung, kleinere redaktionelle Einheiten wiesen auf andere Medien hin, die über Gesundheit informierten. 'Blick Gsund' legte Gewicht auf Sexualität. Ratschläge zur Behandlung von Scheidenpilzen oder ein Artikel über Medikamente gegen Erektionsstörungen etwa bereiteten sexualmedizinisches Wissen für die Leserschaft auf.⁵³ Das spezialdiskursive medizinische Wissen konnte, ähnlich wie in der Sexratgeberrubrik, über die mediale Aufbereitung in den Alltag der Leserschaft diffundieren.

<27>

In der boulevardmedialen Beratung verbanden sich mithin medizinische, therapeutische, sexualwissenschaftliche und psychoanalytische Diskurse. Sie untermauerten den Imperativ zur Optimierung des Sex, der Fortpflanzung und der Partnerschaft. In den Ratschlägen der 'Lieben Marta' wie in den medizinischen Ratgebern zeigte sich: "Die Förderung von Handlungsoptionen ist nicht zu trennen von der Forderung, einen spezifischen Gebrauch von diesen 'Freiheiten' zu machen, so dass die Freiheit zum Handeln sich oftmals in einen faktischen Zwang zum Handeln oder eine Entscheidungszumutung verwandelt."⁵⁴ Die 'Liebe Marta' und ihre medialen Nachfolger boten zwar Handlungsoptionen an. Durch die Unterfütterung mit Wissen, das überzeugte und einen Weg wies, wurden diese Handlungsoptionen aber zu (kryptonormativen) Aufforderungen, das eigene Leben über den Sex zu optimieren.

Sexualberatung im Boulevard: Selbstführungskompetenz

<28>

Das zentrale Narrativ der Sexualberatung im Boulevard, das sich in den 1980er Jahren einstellte, lautet 'Sex ist alles' – wenn dein Sex funktioniert, bist du ganz du selbst, fühlst dich gut und hast Erfolg, in der Partnerschaft ebenso wie in den übrigen Bereichen deines Lebens. Medialisierte und wissensbasierte Beratung ist ein Phänomen, das auch etwas über das moderne Verhältnis von Individuum und Gesellschaft aussagt. Es geht um die Fähigkeit, sich selbst zu regieren (Foucault) und sich so als gesellschaftsfähiges Subjekt auszuweisen.

<29>

Dies zeigt sich zunächst am Phänomen der Beratung selbst. Im Schnittfeld zweier wichtiger Selbstbeschreibungen moderner Gesellschaften, als Wissensgesellschaften und als Mediengesellschaften, ereignet sich Beratung. Ob Individuen oder Organisationen: Sie alle benötigen zunehmend Rat zur Tat. Für Peter Fuchs steht deshalb fest: "Wir leben in einer Beratungsgesellschaft: beratende Professionen, Praktiken und Institutionen durchsetzen immer weitere Bereiche der Gesellschaft. Da das Mehr an Beratung offenkundig nicht zu einem Weniger an Beratungsbedarf führt, scheint es sich dabei um einen sich selbstverstärkenden Prozess zu handeln".⁵⁵ Therapien, Beratungen, Gutachten,

⁵² Ihre Gesundheit liegt uns am Herzen!, in: Blick vom 27.10.1999, 26f.

⁵³ Vgl. Maja Fehr-Kuhn: Muss mein Mann auch behandelt werden?, in: Blick vom 4.4.2001, 28; Beat Leuenberger: Neue Potenzpille wirkt direkt aufs Sexzentrum, in: Blick vom 11.4.2001, 29.

⁵⁴ Thomas Lemke / Susanne Krassmann / Ulrich Bröckling: Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung, in: dies. (Hg.): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen, Frankfurt a. M. 2000, 7-40, hier: 30.

⁵⁵ Peter Fuchs: Die Form beratender Kommunikation. Zur Struktur einer kommunikativen Gattung, in: Peter Fuchs / Eckart Pankoke (Hg.): Beratungsgesellschaft (= Akademie-Vorträge / Katholische Akademie Schwerte 42), Schwerte 1994, 13-25, hier: 13f.

Mediationen etc. ändern zwar nichts an der fundamentalen Kontingenz der Welt; sie helfen uns nur, trotzdem handlungsfähig zu bleiben. Beratung ist aus dieser Sicht eine Lösung des Problems, die Dauerunsicherheiten und -unübersichtlichkeiten moderner Gesellschaften und ihrer Mitglieder wenigstens befristet zu sichern.

<30>

Dieser Entwicklung tragen auch die Massenmedien Rechnung, und zwar durch Orientierung. Dazu offerieren sie nicht nur medial inszenierte und zunehmend wissensbasierte Informationen über gesellschaftlich bedeutsame Handlungsfelder. Es geht auch um wiederum medial inszenierte und wissensbasierte Beratung, den so genannten Leserservice. Die Kolumne stellt hier den Prototyp dar, die 'Liebe Marta' die intime Variante. Die lesende Orientierung in höchstpersönlichen Angelegenheiten als mediales Ereignis ist jedoch mehr als ein Frage-Antwort-Spiel rund um den Sex. Es handelt sich um ein medial ebenso formiertes wie forciertes Exercitium in praktizierter Selbstsorge, die wir mit Foucault als eine zentrale Technik des Regierens seiner selbst dechiffrieren. Der Begriff der Regierung versteht sich hier im allgemeinen Sinne von 'Führen, Lenken, Steuern'. Wichtiger noch: Er schließt die derzeit vorherrschende Form ein, in der Regieren über die Einflussnahme auf die individuelle Selbstführung geschieht. "In der weiten Bedeutung des Wortes ist Regierung nicht eine Weise, Menschen zu zwingen, das zu tun, was der Regierende will; vielmehr ist sie immer ein bewegliches Gleichgewicht mit Ergänzungen und Konflikten zwischen Techniken, die Zwang sicherstellen und Prozessen, durch die das Selbst durch sich selbst konstruiert oder modifiziert wird."⁵⁶

[Für das Fernsehinterview mit Marta Emmenegger, Gourmet-Treff vom 26.11.1993 im Schweizer Fernsehen, klicken Sie bitte hier.](#)

<31>

Folglich ist die Fähigkeit von Individuen, sich selbst zu führen, nicht nur individuell, sondern auch gesellschaftlich bedeutsam. Indem sie sich als vitale, beziehungs- und arbeitsfähige Subjekte herstellen, entfalten sie ultimativ auch gesellschaftsregulative Wirkung. Wohl deshalb wird diesen Fähigkeiten anhaltende Sorge und praktische Übung zuteil: Erziehung, Ausbildung, 'lifelong learning', aber auch Beratung sind ein wesentlicher Bestandteil der selbstgestaltenden Sorge um sich geworden.⁵⁷ Was für Beratung generell gilt, gilt deshalb für Beratungskommunikation in den Medien im Besonderen: Sie nimmt zu. Durch die beständige Erweiterung traditionellen Leserservices um 'alltägliches Orientierungswissen' zur individuellen Verarbeitung der komplexen Dynamik aller Sektoren modernen Lebens sind sie nicht nur Reaktion, sondern auch genuines Element im Spiel 'Regierung durch Orientierung'.

<32>

Dies trifft sich mit der eingangs geschilderten Notwendigkeit der Wissenschaft, ihre Relevanz auszuweisen: Was für Naturwissenschaft und Technik etwa durch Berichte über nützliche und/oder spektakuläre Anwendungen gelingt, geschieht im Bereich des Intimen

⁵⁶ Michel Foucault: About the Beginning of the Hermeneutics of the Self, in: Political Theory 21 (1993), 198-227, hier: 193f. (übers. von Thomas Lemke: Gouvernementalität, in: Marcus S. Kleiner: Michel Foucault. Eine Einführung in sein Denken (= Campus Studium), Frankfurt a. M. 2001, 108-122, hier: 120).

⁵⁷ Auf dieser Fähigkeit zur Selbstführung, das hat die kleine analytische Skizze gezeigt, basiert die Kolumne der 'Lieben Marta' einerseits, andererseits wird die Kompetenz eben durch diese Kolumne auch entwickelt – sei es passiv, durch tägliche Lektüre, oder aktiv, nämlich durch die Ermutigung, selbst einmal ein Problem zu schildern und Marta um Rat zu bitten.

vor allem durch ihren Beitrag zur Orientierung im Alltag. Der Beitrag von Psychologie, Sexualwissenschaft oder Psychoanalyse äußert sich dabei auf verschiedene Weise: durch konkrete Inhalte (zum Beispiel durch die Vermittlung des aktuellen Wissens über vorzeitige Ejakulation und die wirksamste Therapie), durch das verwissenschaftlichte Format der Beratung selbst sowie durch den Einsatz der wissenschaftsförmigen Figur der Expertin, der angetragen wird, wissenschaftliches Wissen und andere Wissensformen kompetent zu moderieren.

<33>

Wissensbasierte Mediendiskurse, auch dort, wo sie beratend-helfend agieren, befinden sich deshalb aus gouvernementalitätstheoretischer Perspektive im Innern eines biopolitischen Machtdispositivs, das die moderne 'Normalisierungsgesellschaft' charakterisiert. Auch das zunächst unscheinbare Format boulevardisierter Sexualberatung konstituiert sich als Teil einer 'Lebensmacht', "die das Leben in die Hand nimmt, um es zu steigern und zu vervielfältigen, um es im einzelnen zu kontrollieren und im Gesamten zu regulieren".⁵⁸ Normalisierende Machttechniken sind entweder disziplinierend-kontrollierend oder aber stimulierend, orientierend, adjustierend. Zu den orientierend-adjustierenden sind alle Praktiken lebensbegleitender Beratung zu rechnen.⁵⁹ Dies gilt auch für die 'Liebe Marta', wenn sie es auch hin und wieder unternimmt, disziplinierend einzugreifen.⁶⁰ Im Mittelpunkt nur scheinbar höchstpersönlicher Narrative steht das Argument der Normalisierung. Wir folgen darin Kurt Bayertz und Kurt W. Schmidt: "Angesichts der rasanten Entwicklungen der Leistungsgesellschaft scheint [...] für viele weniger der Wille oder Zwang, der oder die Erste, Beste und Schönste zu werden, im Vordergrund zu stehen als vielmehr die Angst zurückzubleiben. Die treibende Kraft zur Korrektur des eigenen Körpers [hier: zur Adjustierung der eigenen Sexualität, AW/SM] ist somit die Furcht, aus (der Mitte) der Gesellschaft herauszufallen [...]".⁶¹ Als Konsequenz ergibt sich die Tendenz, begleitend oder fallweise, immer neue Beratung aufzusuchen.

<34>

Mit dieser Tendenz samt der ihr innewohnenden Normativität korrespondiert Jürgen Links Konzept des flexiblen Normalismus.⁶² Danach werden gegenwärtige Gesellschaften immer weniger über normative Setzungen, Gesetze, Moral und Repression integriert,

⁵⁸ Michel Foucault: Sexualität und Wahrheit, Band 1: Der Wille zum Wissen, Frankfurt a. M. 1983, 163.

⁵⁹ Vgl. Ernst Schulte-Holtey: Gesundheit. Angst. Lebensstil. Orientierungs-Service und Subjektivierung in der WOCHENZEITUNG, in: Margret Jäger / Siegfried Jäger / Ernst Schulte-Holtey / Ina Ruth / Frank Wichert (Hg.): Biomacht und Medien. Wege in die Bio-Gesellschaft, Duisburg 1997, 249-303, hier: 251.

⁶⁰ Eher disziplinierend denn orientierend-adjustierend war ihr Rat an eine Frau, die sich von ihrem Ehemann trennen wollte, um mit einem anderen Mann zu leben: "Es ist an sich richtig, eine gestorbene Ehe (wenn sie es denn ist!) zu beenden, ohne sich vorher abzusichern. Aber kleine Kinder heben dieses Prinzip auf. Dir tut der Gedanke weh, sie in die Krippe zu geben? Wenn Du es dazu kommen lässt, tut Dir auch noch das Liegen und das Lieben weh." Mein geschiedener Freund möchte, dass ich mich von meinem Ehemann trenne, Blick vom 10.7.1982, 7.

⁶¹ Kurt Bayertz / Kurt W. Schmidt: "Es ist ziemlich teuer, authentisch zu sein ...!" Von der ästhetischen Umgestaltung des menschlichen Körpers und der Integrität der menschlichen Natur, in: Johann S. Ach / Arnd Pollmann (Hg.): No body is perfect. Baumaßnahmen am menschlichen Körper – Bioethische und ästhetische Aufrisse (= Edition Moderne Postmoderne), Bielefeld 2006, 43-62, hier: 59 (im Original Hervorhebungen).

⁶² Vgl. Jürgen Link: Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird (= Historische Diskursanalyse der Literatur), Opladen 1997.

sondern bilden zunehmend Mechanismen der flexiblen Selbststabilisierung aus. Es kristallisieren sich Zonen des 'Normalen' heraus, die Orientierungswert für die Individuen gewinnen. Der Wunsch normal zu sein und sich in der komfortablen Mitte der Gaußkurve zu bewegen,⁶³ verknüpft individuelle und gesellschaftliche Bewegung nicht länger über die Verteidigung starrer Grenzen, sondern darüber, dass in den flachen Randzonen der Normalverteilung die Grenzen des Normalen immer aufs Neue ausgehandelt und flexibel moduliert werden. Der tägliche 'Blick' in die Kolumne zeigt mir seismographisch: Befindet sich mein Begehren noch in der Zone des Normalen? Oder ist zumindest mein Problem normal?

<35>

Diese Aushandlung geschieht auch im Bereich der Sexualberatung nicht zuletzt über Wissen kognitiv-normativer Couleur: Die Subjekte sind aufgerufen, sich mit Blick auf stetig wechselnde Anforderungen ihrer Umwelt selbst zu reglementieren. Das bevorzugte Medium des Abgleichs der eigenen Lage ist aber die statistische Kurvensymbolik, die es uns ermöglicht, uns in einem Toleranzspektrum erlaubter Abweichung zu verorten. Wir wissen, dass es zwischen normal und anormal nur einen kontinuierlichen Übergang, keine Wesensgrenze gibt. Wenn sich aber niemand mehr für gerettet halten darf, bloß weil er oder sie mit einer Norm übereinstimmt, dann wird das Bewusstsein der eigenen Normalität stetig bedroht von einer 'Denormalisierungsangst': Sie kondensiert als Problem und artikuliert sich in vielfältigen und dauerhaften Formen der Selbst- und Fremdregierung.

<36>

Massenmediale Sexualberatung ist deshalb mehr als eine orientierende Praxis, der wir nur ein spöttisches Lächeln zollen sollen. In ihr artikuliert sich ein Regierungsstil, der an Subjekten, ihren Körpern, ihren Wünschen und Denormalisierungsängsten ansetzt, und sie genau dort zu ebenso regierbaren wie selbst regierungsfähigen Subjekten stilisiert. Dazu werden verschiedene Wissensformen durch eine Expertin involviert, integriert und kontextualisiert. Aufgrund ihrer massenmedialen Form ist diese Kommunikation zugleich individualisierend (höchstpersönlich) und totalisierend (höchstverbindlich). Durch ihre wissensbasierte Form ist diese Kommunikation zugleich autoritativ (legitim) und autorisierend (ermächtigend). Diese Effekte der Autonomie bringen jedoch, wie schon Max Weber wusste, neue Momente der Heteronomie mit sich: den Zwang zur permanenten Selbstsorge. Jede neue Kolumne liefert nicht nur Antworten, sondern birgt auch die Gefahr, Denormalisierungsängste zu schüren. Der Boulevard gibt diesem unvermeidbaren Dilemma unablässiger Selbstsorge eine Prozedur: die tägliche Kolumne, und ein freundlich-professionelles Gesicht: Marta.

Autoren:

Prof. Dr. Sabine Maasen
Universität Basel
Programm für Wissenschaftsforschung
Missionsstraße 21
CH-4003 Basel
sabine.maasen@unibas.ch

Annika Wellmann, M.A.
Universität Zürich

⁶³ Sander L. Gilman entwickelte dafür das Konzept des 'passing'. Vgl. Sander L. Gilman: Making the Body Beautiful. A Cultural History of Aesthetic Surgery, Princeton 1999, 21-26.

Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte
Rämistraße 64
CH-8001 Zürich
wellmann@fsw.uzh.ch

Empfohlene Zitierweise:

Sabine Maasen / Annika Wellmann : Sex im Boulevard. Die Konstruktion (sexual-)wissenschaftlichen Wissens in der schweizerischen Boulevardzeitung Blick 1980-2000 , in: *zeitenblicke* 7, Nr. 3, [2008], URL: http://www.zeitenblicke.de/2008/3/wellmann_maasen/index_html, URN: urn:nbn:de:0009-9-16358

Bitte setzen Sie beim Zitieren dieses Beitrags hinter der URL-Angabe in runden Klammern das Datum Ihres letzten Besuchs dieser Online-Adresse. Zum Zitieren einzelner Passagen nutzen Sie bitte die angegebene Absatznummerierung.