

Miriam Stehling

# Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich

Eine Studie am Beispiel des  
Topmodel-Formats



Springer VS

---

# Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich

---

Miriam Stehling

# Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich

Eine Studie am Beispiel  
des Topmodel-Formats

Miriam Stehling  
Bremen, Deutschland

Diese Veröffentlichung lag dem Promotionsausschuss Dr. phil. der Universität Bremen als Dissertation vor.

Gutachter/in: Prof. Dr. Tanja Thomas  
Gutachter/in: Prof. Dr. Jutta Röser  
Gutachter/in: Prof. Dr. Friedrich Krotz  
Das Promotionskolloquium fand am 15.09.2014 statt.

ISBN 978-3-658-09350-1                      ISBN 978-3-658-09351-8 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-658-09351-8

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media ([www.springer.com](http://www.springer.com))

*Für meinen Vater Heinz-Josef Stehling*

*(1951-2012)*

# Danksagung

Nicht nur eine Faszination für die Werke von Michel Foucault, sondern auch die Begeisterung für die Wissenschaft habe ich meiner Erstgutachterin Prof. Dr. Tanja Thomas zu verdanken. Seit nunmehr zehn Jahren steht sie mir mit Rat, Tat und hilfreichen Einsichten zur Seite. Besonders möchte ich mich bei ihr bedanken, weil sie mich seit langer Zeit fördert und sie einen großen Anteil daran trägt, dass ich mich mit Freude der wissenschaftlichen Arbeit zuwende. Ich hoffe, dass sie mich auch noch in den nächsten Jahren meiner wissenschaftlichen Laufbahn begleiten wird. Ihre Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft, ihre klugen Ratschläge und ihre fachliche Kompetenz möchte ich nicht missen.

Außerdem gilt ein großer Dank meiner Zweitgutachterin Prof. Dr. Jutta Röser, die mir hilfreiche Ratschläge zur Rezeptionsforschung gegeben und mich sowohl in Lüneburg als auch von Münster aus stets unterstützt hat. Auch möchte ich Prof. Dr. Friedrich Krotz sehr herzlich für sein Drittgutachten danken, das er so kurzfristig anfertigen konnte. Außerdem möchte ich an dieser Stelle auch den weiteren Mitgliedern der Prüfungskommission Prof. Dr. Andreas Hepp, Dr. Katharina Lobinger, Merle-Marie-Kruse und Andrea Pabst für Ihre Zeit und Mühe danken.

Ein weiterer, unerlässlicher Dank gilt meinen Mitpromovierenden und lieben Kolleginnen Merle-Marie Kruse, Kaya de Wolff, Katharina Fritsche, Franziska Rauchut, Kathrin F. Müller, Corinna Peil, Ursula Hüsiger und vielen anderen, denen ich nicht nur rettenden Aufmunterungs- und Motivationszuspruch, sondern auch die perfekte Abrundung der Arbeit verdanke.

Zu guter Letzt möchte ich meinen Eltern Heinz-Josef und Inge Stehling danken, dass sie mich auf meinem Lebensweg mit Herz und Verstand und mit allen Kräften stets unterstützt haben und immer noch unterstützen. Ohne Euch wäre ich nicht dort, wo ich heute stehe. Ein ganz besonderer Dank gilt auch meinem Liebsten Dennis Liegmann, meinem Bruder Stefan Stehling und Jasmin Syrowatka, und den weltbesten Freunden Ann-Kristin Wehler, Nina Horn, Anna-Lena Neumann, Melanie Wunsch, Tobias Seidenkranz, Jan Lehmann und vielen weiteren Personen, die mit mir alle Höhen und Tiefen des Promotionsprozesses geteilt und überstanden haben. Vielen Dank für alles!

Miriam Stehling, Bremen im Februar 2015

# Inhaltsverzeichnis

## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis ..... 13

## 1 Einleitung ..... 15

1.1 Was die Studie (nicht) ist: Ziele und Problemstellungen.....	17
1.2 Zum Forschungsstand.....	20
1.3 Zu den theoretischen Ausgangspunkten .....	22
1.4 Zur Methodik der Arbeit.....	24
1.5 Hinweise zu Begrifflichkeiten (und Orthografie).....	25
1.6 Zum Aufbau der Arbeit .....	32

## 2 Castingshows als transkulturelle Orte gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse ..... 35

2.1 Reality TV als Hybridgenre und Grenzüberschreitung.....	35
2.1.1 Zu den Begriffen Reality TV und Castingshow.....	36
2.1.2 Kontroverse Castingshows: Medien als Orte gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse .....	39
2.2 Das <i>Top Model</i> -Format als mediale Inszenierung der ‚Unternehmerin ihrer selbst‘ .....	42
2.2.1 Das mediatisierte unternehmerische Selbst.....	43
2.2.2 Die Vergeschlechtlichung des unternehmerischen Selbst in <i>America's Next Top Model</i> und <i>Germany's next Topmodel</i> .....	48
2.3 Das <i>Top Model</i> -Format als global gehandeltes Fernsehformat.....	53
2.3.1 Zum Begriff des (Fernseh-)Formats .....	54
2.3.2 Fernsehformate in Prozessen von Globalisierung und ‚Lokalisierung‘ .....	60
2.4 Das <i>Top Model</i> -Format als Rezeptionsangebot in verschiedenen Kontexten .....	69
2.4.1 Zu den Begriffen von Rezeption und Aneignung .....	69

2.4.2 Grundverständnisse und Herausforderungen vergleichenden Forschens...	72
2.4.3 Die Rezeption von Reality TV .....	82
2.4.4 Die Rezeption von Fernsehangeboten in verschiedenen Kontexten .....	95
2.5 Zwischenfazit: Das <i>Top Model</i> -Format als transkulturelles Medienangebot und Modell für postfeministische und neoliberale Subjektivierung(en).....	100

### **3 Postfeminismus, Gouvernamentalität und Transkulturalität..... 103**

3.1 Neue Feminismen? Postfeminismus, Neoliberalismus und Geschlecht ..	104
3.1.1 Der Begriff des Postfeminismus .....	104
3.1.2 Das Konzept der Aufmerksamkeitsräume .....	108
3.1.3 Die postfeministische Desartikulation .....	113
3.1.4 Ambivalenzen im Postfeminismus .....	115
3.1.5 Sichtbarkeit oder Anerkennung? .....	116
3.1.6 Neue Frauenöffentlichkeiten, neue Öffentlichkeiten für Frauen?.....	118
3.2 Neue Formen des Regierens: Die neoliberale Gouvernamentalität und Technologien des Selbst.....	120
3.2.1 Zum Begriff der Gouvernamentalität.....	121
3.2.2 Neoliberalismus als politisches Programm und Projekt.....	124
3.2.3 Subjektivierung(en) in einer neoliberalen Gouvernamentalität: Foucaults Technologien des Selbst .....	127
3.2.4 Kritik und Erweiterungen des Gouvernamentalitätsansatzes: Inklusionen, Exklusionen und Vergeschlechtlichung .....	134
3.3 Globalisierung anders denken: Transkulturalität als Forschungsperspektive in Medienkulturen.....	137
3.3.1 Zum Begriff und Konzept der Transkulturalität .....	139
3.3.2 Möglichkeiten und Grenzen des Transkulturalitätskonzepts .....	146
3.3.3 Transkulturalität als Forschungsperspektive in Medienkulturen .....	154
3.3.4 Transkulturalität als Diskurs- und Handlungspraxis.....	157
3.3.5 Erweiterungen: Transkulturalität und kulturelle Nähe.....	161
3.4 Zwischenfazit: Desiderata, Fragestellungen und Forschungsdimensionen .....	164
3.4.1 Forschungsdimension 1: Postfeminismus.....	166
3.4.2 Forschungsdimension 2: Gouvernamentalität.....	167
3.4.3 Forschungsdimension 3: Transkulturalität.....	169



<b>4</b>	<b>Methodik .....</b>	<b>171</b>
4.1	Der transkulturelle Vergleich.....	171
4.2	Operationalisierung und eigenes methodisches Vorgehen .....	178
4.2.1	Untersuchungsgegenstand: Das Top Model-Format im Kontext des Formathandels in Deutschland und den USA .....	179
4.2.2	Gruppendiskussionen.....	190
4.2.3	Vorgehen zur Auswertung der Gruppendiskussionen.....	207
<b>5</b>	<b>Befunde.....</b>	<b>219</b>
5.1	Die Teilnehmerinnen der Gruppendiskussionen: Ein Überblick .....	219
5.2	Ambivalenzen einer postfeministischen Desartikulation: Aushandlungen der medialen Deutungsangebote zu ,Weiblichkeitsentwürfen‘ durch junge Zuschauerinnen des <i>Top Model</i> -Formats .....	226
5.2.1	Kritik an Sexualisierung, Stereotypisierung und Objektivierung der Kandidatinnen, aber auch Trivialisierung von Kritik und Re-Definitionen.....	227
5.2.2	Kritik an Schönheits- und Schlankkeitsidealen, aber auch Legitimierung durch Verweise auf professionelle Ästhetik und Sachzwänge der Mode(l)branche .....	235
5.2.3	Kritik an Kontrollverlust und Entmündigung der Kandidatinnen, aber auch Rationalisierung durch Verweise auf Selbstbestimmung, Wahlfreiheit und Lerneffekt.....	249
5.2.4	Gleichzeitigkeit von Affirmation und Kritik durch den Verweis auf die Inszenierungslogiken des Fernsehens und die Reflexion der eigenen Rezeption .....	266
5.2.5	Zwischenfazit: Grenzziehungen und Strategien zum Umgang mit Ambivalenzen in der Rezeption des Top Model-Formats.....	278
5.3	Ambivalenzen neoliberaler Subjektivierung(en): Aushandlungen von und der Umgang mit Autoritäten, Anderen und dem Selbst in der Rezeption des <i>Top Model</i> -Formats.....	284
5.3.1	Paradoxien in Subjektivierungsprozessen – Zum Umgang mit Instanzen von ‚Autorität‘ und Disziplinierung.....	286
5.3.2	Die Gleichzeitigkeit von Freundschaft und Konkurrenz – Zum Umgang mit Anderen.....	306
5.3.3	„Wie im normalen Leben“ – Identifikationen über Alltagserfahrungen im beruflichen Kontext .....	319

5.3.4 Zwischenfazit: Ambivalenzen der Selbstbestimmung, Strategien im Umgang mit Ambivalenzen und die Artikulation von Alternativen.....	324
5.4 Transkulturalität als mediatisierte Praxis der Rezeption von Fernsehformaten: Gemeinsamkeiten in der Rezeption des <i>Top Model</i> -Formats .....	329
5.4.1 Gemeinsamkeiten in Genre(-wissen).....	330
5.4.2 Gemeinsamkeiten in Wertvorstellungen.....	337
5.4.3 Gemeinsamkeiten in Themen .....	348
5.4.4 Zwischenfazit: Transkulturelle Muster in der Rezeption von Fernsehformaten vor dem Hintergrund ähnlicher Formatadaptionen und (mediatisierter) Alltagserfahrungen .....	354
<b>6 Fazit und Ausblick.....</b>	<b>361</b>
6.1 Zusammenfassung und Diskussion.....	361
6.2 Reflexion des (methodischen) Vorgehens .....	373
6.3 Ausblick und offene Fragen.....	379
<b>7 Literaturverzeichnis.....</b>	<b>383</b>

## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

<i>Abbildung 1: Dimensionen von Transkulturalität (eigene Darstellung)</i> .....	160
<i>Abbildung 2: Forschungsdimensionen (eigene Darstellung)</i> .....	166
<i>Abbildung 3: Transkulturelle Vergleichssemantik (nach Hepp 2006: 79)</i> .....	173
<i>Abbildung 4: Lizenzierung und Produktion des Top Model-Formats (eigene Darstellung)</i> .....	181
<i>Abbildung 5: Differenzierung von Privatheit – Beruf – Öffentlichkeit in der Rezeption des Top Model-Formats (eigene Darstellung)</i> .....	283
<i>Abbildung 6: Erklärungskette von Transkulturalität als mediatisierter Praxis der Rezeption von Fernsehformaten (eigene Darstellung)</i> .....	357
<i>Tabelle 1: Was die Studie (nicht) ist</i> .....	17
<i>Tabelle 2: Eckdaten zu America's Next Top Model und Germany's next Topmodel (Quelle: eigene Recherche)</i> .....	183
<i>Tabelle 3: Durchschnittliche Zuschauer_innenzahlen von Germany's Next Topmodel 2011-2013 (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung/TV Scope/media control)</i> .....	186
<i>Tabelle 4: Übersicht Sample</i> .....	198
<i>Tabelle 5: Übersicht Gruppendiskussionen Deutschland</i> .....	200
<i>Tabelle 6: Übersicht Gruppendiskussionen USA</i> .....	200
<i>Tabelle 7: Methodisches Vorgehen zur Datenauswertung</i> .....	209

# 1 Einleitung

Castingshows sind immer wieder Thema im medialen und öffentlichen Diskurs. Zahlreiche überregionale Tageszeitungen, Fernseh- und Radiosender sowie Magazine und Zeitschriften thematisieren und diskutieren das Phänomen des televisuellen Wettbewerbs. Zwischen Faszination und Kritik werden Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar*, *The Voice of Germany* oder *Germany's next Topmodel* in zahlreichen medialen Formaten aufgegriffen. Während zu Beginn der Debatte um Reality TV noch die Themen von Menschenwürde (vgl. bspw. Dörr/Cole 2000; Thaenert 2001), das Verhalten der Jury gegenüber Kandidat\_innen (vgl. bspw. die Debatte um das ‚Pöbel‘-Verbot für Dieter Bohlen bei *Deutschland sucht den Superstar*<sup>1</sup>) oder Essstörungen durch Castingshowformate (vgl. zur Magersuchtsdebatte um *Germany's next Topmodel* Thomas 2008a: 223)<sup>2</sup> verhandelt wurden, werden aktueller auch Vorwürfe der Pornografisierung und des Sexismus bzw. der (Selbst-)Sexualisierung der Kandidatinnen (vgl. bspw. Thomann 2010; Schmidt 2011) laut. Auch Prozesse der Kommodifizierung und Kommerzialisierung im Hinblick auf die Sendung *Germany's next Topmodel* werden kritisch kommentiert (vgl. bspw. Raether/Kalle 2010). Darüber hinaus werden die Formate teils auch vor dem Hintergrund ihrer transkulturellen Vermarktung und des internationalen Handels in der Fernsehindustrie diskutiert und kritisiert (vgl. bspw. Ströbele 2010; Hildebrandt 2009). Dass das *Top Model*-Format auch in einem transkulturellen Diskurs verhandelt wird, zeigt sich beispielsweise in einem Artikel des deutschen Online-Medienmagazins *DWDL*, wenn sich hier auf die Neuerungen der 20. Staffel von *America's Next Top Model* bezogen wird, in der zum ersten Mal ‚weibliche‘ als auch ‚männliche‘ Kandidat\_innen an der Modelcastingshow teilnehmen: „Viel-

---

<sup>1</sup> <http://www.rp-online.de/gesellschaft/fernsehen/dieter-bohlen-droht-mit-dsds-ausstieg-1.2015137>, 31.07.2013.

<sup>2</sup> Zur Magersuchtsdebatte um GNTM vgl. bspw. auch <http://www.stern.de/lifestyle/leute/germanys-next-topmodel-dafuer-bist-du-zu-dick-554647.html> (31.07.2013). Die Studie von Götz/Gather (2010) wurde immer wieder als Beleg für eine Herbeiführung von Essstörungen bei jungen Mädchen und Frauen durch *Germany's next Topmodel* angeführt, vgl. bspw. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/studie-ueber-model-castings-perfekte-duerre-a-806127.html>, 31.07.2013.

leicht wäre das ‚Guys & Girls‘-Konzept ja auch für eine der nächsten ‚Germany’s Next Top Model‘-Staffeln eine Überlegung wert.“ (Müller 2013).<sup>3</sup>

Auch im akademischen Diskurs werden Reality TV-Formate aus verschiedenen Perspektiven diskutiert und analysiert. Dies zeigt sich an einer Vielzahl wissenschaftlicher Studien und theoretischen Auseinandersetzungen mit dem Thema. Die vorliegende Arbeit nimmt diese öffentliche und wissenschaftliche Aufmerksamkeit, die Formaten des Reality TV zukommt, zum Anlass und versucht, durch eine empirische Analyse von Rezeption und Aneignung solcher Formate einen wissenschaftlichen Beitrag zur Erweiterung dieser Debatte zu leisten. Dabei dient die transkulturelle Vermarktung und Verbreitung des *Top Model*-Formats als Ausgangspunkt, um sich (auch transkulturell) mit den Aneignungen der in den *Top Model*-Sendungen zu findenden Anrufungen und Reproduktionen eines vergeschlechtlichten unternehmerischen Selbst durch junge Zuschauerinnen zu beschäftigen. Die vorliegende Arbeit stellt dementsprechend eine Analyse eines global gehandelten Fernsehformats und dessen Rezeption in Deutschland und den USA dar. Anhand einer transkulturellen Aneignungsstudie mit jungen Zuschauerinnen von *America’s Next Top Model* in den USA und *Germany’s next Topmodel*<sup>4</sup> in Deutschland werden die Ver- und Aushandlungen der in den Sendungen reproduzierten vergeschlechtlichten Anrufungen an ein unternehmerisches Subjekt analysiert. Ziel ist es, zum einen die Aneignung eines populären Medienangebots wie dem *Top Model*-Format, insbesondere hinsichtlich der Anrufungen an eine ‚Unternehmerin ihrer selbst‘, zu untersuchen, sowie zum anderen Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Aneignung in verschiedenen Kontexten herauszuarbeiten. Dabei versteht sich die vorliegende Studie explizit als eine gesellschaftstheoretisch fundierte Medienanalyse, die nach Tanja Thomas (2010: 43) dazu dient, um

„Aneignungsprozesse sozial unterschiedlich positionierter Subjekte im Sinne mediatisierter Vergesellschaftung angemessen zu rekonstruieren und damit den Zusammenhang von Medieninhalten, Medienhandeln, Wissensbeständen und Alltagshandeln angemessener nachvollziehen zu können.“

In der vorliegenden Arbeit stehen deshalb die Fragen im Vordergrund, wie sich junge Zuschauerinnen die Formatversionen *America’s Next Top Model* und *Germany’s next Topmodel* in ihren jeweiligen Kontexten aneignen, wie sie die

<sup>3</sup> Für einen Überblick über die 20. Staffel von *America’s Next Top Model* vgl. <http://www.cwtv.com/shows/americas-next-top-model/episodes/>, 14.10.2013.

<sup>4</sup> An dieser Stelle sei kurz angemerkt, dass die Schreibweise der Sendung *Germany’s next Topmodel* während des Adaptionsprozesses des Formats an die deutsche Grammatik angepasst wurde und die Sendungstitel deshalb unterschiedliche Schreibweisen besitzen (vgl. hierzu ausführlicher Kapitel 1.5).

Anrufungen an ein vergeschlechtlichtes unternehmerisches Subjekt vor dem Hintergrund eigener Alltagserfahrungen verhandeln, welche (,lokalen‘ bzw. transkulturell verfügbaren) Wissensvorräte sie dabei nutzen und welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten sich dabei zeigen.<sup>5</sup> Diese Fragen werden exemplarisch anhand einer Analyse von Gruppendiskussionen mit jungen Zuschauerinnen des *Top Model*-Formats zwischen 17 und 28 Jahren in Deutschland und den USA untersucht. Dabei stehen vor allem die Diskurse um vergeschlechtlichte Anrufungen der Kandidatinnen resp. Zuschauer\_innen als unternehmerische Subjekte, die in den *Top Model*-Sendungen zu finden sind, im Vordergrund. Es werden dabei allerdings nicht die Diskurse oder die Sendungen selbst untersucht (obwohl diese freilich als Ausgangs- und Referenzpunkte dienen), sondern es werden die Aus- und Verhandlungen des Formats in der Anschlusskommunikation durch junge Zuschauerinnen in den Blick genommen.

### 1.1 Was die Studie (nicht) ist: Ziele und Problemstellungen

An dieser Stelle sollen die Ziele und Problemstellungen der Arbeit dargestellt werden und zusammenfassend festgehalten werden, was die Studie ist und was sie nicht ist. Dies bezieht sich sowohl auf methodische als auch inhaltliche Aspekte, die die Studie erfüllt bzw. nicht erfüllt.

Um die vorliegende Studie innerhalb des Feldes der vergleichenden Medienforschung zu positionieren, soll sie durch verschiedene Aspekte von Erkenntnisinteresse und -ziel, Gültigkeitsbereich und inhaltlicher Fokussierung charakterisiert werden. In Stichworten lauten diese Aspekte wie folgt:

Was die Studie ist:	Was die Studie nicht ist:
übergreifend bzw. universalisierend <sup>6</sup>	differenzierend bzw. typologisierend
Studie zur externen Transkulturalität von (Länder-)Kontexten	Studie zur internen Transkulturalität von Individuen
transkulturell	Kulturvergleich
qualitativ, exemplarisch bzw. explorativ	allgemeingültig und repräsentativ

Table 1: Was die Studie (nicht) ist

<sup>5</sup> Diese Fragestellungen werden in Kapitel 3.4 konkretisiert und ausdifferenziert.

<sup>6</sup> Dieser Begriff bezieht sich auf die von Bucher (2008: 312-313) vorgenommene Differenzierung von Erkenntniszielen vergleichender Studien in typologisierende und universalisierende Studien. Auch wenn der Begriff der Universalisierung m.E. nicht unproblematisch ist, weil er ggf. das Ziel einer Homogenisierung und Vereinheitlichung suggeriert, soll der Begriff hier nichtsdestotrotz (und ergänzt durch ,übergreifend‘) genutzt werden, um die transkulturelle Ausrichtung des Vergleichs zu betonen und gegenüber einer differenzierenden bzw. typologisierenden Ausrichtung abzugrenzen.

Der erste Aspekt bezieht sich auf den Untersuchungsgegenstand der Studie. Weil die vorliegende Studie *keinen* Kulturvergleich zum Ziel hat, stellt sie *keine* kulturvergleichende Studie dar. Vielmehr besitzt sie einen *transkulturellen Charakter*. Das bedeutet, dass die Untersuchungsgegenstände (hier: die *Top Model*-Sendungen und ihre Rezeption) nicht zwangsläufig innerhalb von Grenzen so genannter ‚Nationalkulturen‘ verortet werden können, sondern dass sie als spezifische *kulturelle Verdichtungen*<sup>7</sup> verstanden werden, die auch über Grenzen von Nationalstaaten und -kulturen hinweg bestehen können (vgl. Hepp 2006: 79). Dies bedeutet auch, dass Unterschiede und Gemeinsamkeiten, die sich in der Rezeption des *Top Model*-Formats zeigen, nicht automatisch auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten von ‚Kulturen‘ zurückgeführt werden können. Das Ziel der Studie besteht somit nicht darin, die ‚Kulturen‘ Deutschlands und der USA zu vergleichen, dennoch aber verschiedene (kulturelle) Kontexte in der Untersuchung der Rezeption des *Top Model*-Formats zu berücksichtigen.<sup>8</sup>

Der zweite Aspekt bezieht sich auf das Erkenntnisinteresse und -ziel der Studie. Vergleichende Studien können nach Bucher (2008: 312-313) zwei verschiedene Erkenntnisziele besitzen: *Typologisierung* und *Universalisierung*. Die hier vorliegende Studie hat sich dem Ziel der Universalisierung verschrieben, was bedeutet, dass sie vor allem Gemeinsamkeiten in der Rezeption des *Top Model*-Formats herausarbeiten möchte und keine spezifischen Unterschiede als Ordnungskriterien des Vergleichs verwendet. Die verschiedenen Erkenntnisziele haben dementsprechend Konsequenzen für die Vorgehensweise des Vergleichs. Weil typologisierende Forschung nach Unterschieden sucht, geht sie differenzierend vor; während universalisierende Forschung Gemeinsamkeiten herausarbeitet und damit universalisierend vorgeht. Hierbei soll keineswegs eine Bewertung der beiden Varianten stattfinden, sondern lediglich deutlich gemacht werden, dass die vorliegende Studie einen explizit universalisierenden Charakter besitzt.<sup>9</sup>

Der dritte Aspekt bezieht sich auf Gültigkeitsbereich und Validität der Ergebnisse dieser Studie. Die vorliegende Studie basiert explizit und ausschließ-

---

<sup>7</sup> Wie Hepp (2009b: Abs. 14) betont, nimmt mit der Distribution von Medienprodukten (wie bspw. Fernsehformaten) über verschiedene nationale Grenzen hinweg eine globale kommunikative Konnektivität zu, die die Verdichtungen nationaler Medienkulturen relativiert. Kulturelle Verdichtungen, wie beispielsweise Diasporas, soziale Bewegungen oder populärkulturelle Gemeinschaften, entsprechen demnach nicht notwendigerweise den Grenzen von geographisch begrenzten Territorien oder Nationalstaaten. In dieser Arbeit wird dementsprechend die Annahme einer populärkulturellen Gemeinschaft von Zuschauer\_innen des *Top Model*-Formats als kulturelle Verdichtung bezeichnet, deren Konstitution und Konnektivität durch eine Analyse der Rezeption zweier *Top Model*-Sendungen exemplarisch untersucht werden soll.

<sup>8</sup> Dazu mehr in Kapitel 4.1 und 4.2.

<sup>9</sup> Ausführlicher dazu vgl. Kapitel 4.1.

lich auf qualitativen Forschungsmethoden. Sie arbeitet nicht mit standardisierten und objektivierenden Konzepten und kann sich dem Forschungsgegenstand so offener und differenzierter nähern (vgl. zu den Gründen der Anwendung qualitativer Forschung Flick/Kardoff/Steinke 2008: 17). Als Methode der Datenerhebung setzt die vorliegende Studie Gruppendiskussionen ein; als Methode der Datenauswertung bzw. Interpretation die qualitative Inhaltsanalyse in Kombination mit einer transkulturellen Vergleichssemantik (vgl. für eine Übersicht qualitativer Forschungsmethoden ebd.: 19). Dabei ist selbstverständlich zu beachten, dass qualitative Forschung oft das Ziel der Entdeckung von Neuem und der (Weiter-)Entwicklung von Theorien aus der Empirie besitzt (vgl. ebd.: 24), während die Übertragbarkeit bzw. Verallgemeinerung der Ergebnisse über die spezifische Fallauswahl der Studie hinaus gegenüber quantitativer Forschung und repräsentativen Stichproben schwieriger ist (vgl. dazu und ausführlicher zu den Gütekriterien qualitativer Studien Kuckartz 2012: 168). Nichtsdestotrotz erscheint die qualitative Forschungsmethodik insbesondere für die vorliegende Studie gewinnbringend, weil sie genaue und dichte Beschreibungen liefern kann, weil sie die Sichtweisen beteiligter Subjekte (nämlich der Rezipierenden) berücksichtigt und weil sie eine Offenheit besitzt, um „das Neue im Untersuchten, das Unbekannte im scheinbar Bekannten“ herauszufiltern und so zum Ausgangspunkt gegenstandsbezogener Theoriebildung werden kann (vgl. Flick/Kardoff/Steinke 2008: 17).

Als ein vierter Aspekt sei abschließend die inhaltliche Fokussierung der vorliegenden Studie auf eine Konzeptualisierung von Transkulturalität als externe Transkulturalität, die in Form von Verflechtungen und Verbindungen zwischen (Länder-)Kontexten existiert, genannt (vgl. zur externen Transkulturalität bspw. Welsch 2012: 28 und Kapitel 3.3). Dies bedeutet, dass die vorliegende Studie *nicht* die interne Transkulturalität oder transkulturelle Prägung von Individuen untersucht, sondern sich auf die externe Verflechtung von ‚Kulturen‘ konzentriert, wie sie beispielsweise über Fernsehformate und deren Rezeption hergestellt werden kann.

Global gehandelte Fernsehformate werden in dieser Arbeit dementsprechend als ein transkulturelles Phänomen untersucht, weil sie über eine ‚transkulturelle Anschlussfähigkeit‘<sup>10</sup> verfügen, die sie in verschiedenen Ländern der Erde erfolgreich macht. Worin diese transkulturelle Anschlussfähigkeit jedoch

---

<sup>10</sup> Hier ist die Anschlussfähigkeit von Medien- und Alltagshandeln im Anschluss an Tanja Thomas (2010: 39) gemeint. Anschlussfähigkeit soll dabei als ein theoretisches Konzept verstanden werden, „um die Prägnanz des Lifestyle-TV für alltägliche Lebensführung unterschiedlich positionierter Akteure reflektieren zu können.“ (ebd.) In anderen Worten bedeutet dies, dass die Attraktivität solcher Formate, so die These, in ihrer Relevanz für den Alltag der Zuschauer\_innen – auch über verschiedene kulturelle Kontexte hinweg – begründet liegt (vgl. ebd.: 26).



besteht, ist bisher noch wenig erforscht. Einen Beitrag zur Erforschung dieser zu leisten, hat sich die vorliegende Studie zum Ziel gemacht. Die Arbeit verfolgt dabei vor allem zwei Ziele:

1. *Die empirische Untersuchung der Aneignungen von Anrufungen eines vergeschlechtlichten unternehmerischen Selbst in Castingshows:* Hierbei soll ein besonderes Augenmerk auf die Ver- und Aushandlungen, in denen sich Ambivalenzen und Brüche hinsichtlich dieser Anrufungen zeigen, durch junge Zuschauerinnen gelegt werden.
2. *Der Vergleich der Aneignungen von Fernsehformaten in verschiedenen Kontexten auf Grundlage des Theoriekonzeptes der Transkulturalität:* Hierbei soll ein besonderer Fokus auf die empirische Anwendung von Transkulturalität als Forschungsperspektive als auch auf die Untersuchung einer (externen) Transkulturalität als Praxis gelegt werden.

Hinsichtlich des ersten Ziels ist anzumerken, dass bisherige Forschung – vor allem in der Tradition der Governmentality Studies – solche Anrufungen an unternehmerische Subjekte, ob vergeschlechtlicht oder nicht, vor allem auf textueller Ebene in den Blick nimmt, während die Rezeption und Aneignung derselben bisher wenig untersucht wurden (vgl. zu dieser Kritik an der Gouvernementalitätsforschung bspw. Bührmann 2005; Thomas/Langemeyer 2007).

Hinsichtlich des zweiten Ziels ist festzuhalten, dass im Bereich der (Medien-)Globalisierungsforschung im Allgemeinen nur wenige empirische Analysen existieren und insbesondere Transkulturalität bisher kaum empirisch untersucht wurde. Während es in den beiden Bereichen der Gouvernementalitäts- wie auch Transkulturalitätsforschung also eine vielfältige Auseinandersetzung mit den Konzepten in theoretischer Hinsicht gibt, werden sie nur selten für die empirische Forschung fruchtbar gemacht. Dies zu ändern, hat sich die vorliegende Arbeit zum Ziel gesetzt.

Um den Forschungsstand, auf dem die Arbeit basiert und den sie erweitern will, kenntlich zu machen, wird im Folgenden ein Überblick über vorhandene Studien in den relevanten Bereichen gegeben.

## 1.2 Zum Forschungsstand

Um den o.g. Fragen auf den Grund zu gehen, berufe ich mich in der vorliegenden Studie auf den Forschungsstand in den folgenden Bereichen:<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> An dieser (freilich nicht vollständigen) Aufzählung lässt sich sehr gut zeigen, dass ein Wandel und eine Ausdifferenzierung der Forschung zu Reality TV stattgefunden hat: Während ab dem Jahr 2004 Studien des Reality TV aus einer Perspektive der Gouvernementalität auf textueller Ebene

1. Studien aus dem Bereich der Gouvernementalitätsforschung zur Reproduktion des unternehmerischen Selbst im Reality TV (z.B. Thomas 2004, 2008a, 2008b, 2008c, 2009b; Bratich 2007; Ouellette/Hay 2008)<sup>12</sup>,
2. Studien aus dem Bereich (post-)feministischer Forschung zur Vergeschlechtlichung des unternehmerischen Selbst in populärkulturellen Medienangeboten (z.B. McRobbie 2010; Palmer 2010; Stehling 2011; Villa 2012),
3. Studien aus dem Bereich der Fernsehformatforschung und des Formathandels zu Produktion, Adaption und Verbreitung aktueller Formatkonzepte (z.B. Hallenberger 2009; Lantzsich 2008; Moran 2009b; Oren/Shahaf 2012b) und
4. Studien aus dem Bereich der Medienrezeptions- und Aneignungsforschung zur Rezeption von Castingshows und insbesondere des *Top Model*-Formats einerseits (z.B. Götz/Gather 2010 und 2012; Lünenborg et al. 2011; Press 2011; Sender 2012; Skeggs/Wood 2012); andererseits zur Rezeption von Fernsehserien und -formaten in verschiedenen Kontexten (Liebes/Katz 1993; Klaus/O'Connor 2010).

Die vorliegende Arbeit hat ihren Ausgangspunkt also im Forschungsstand verschiedener Felder, der in Kapitel 2 ausführlicher dargestellt wird. Mit Blick auf diese vorhandenen Studien sind für die vorliegende Arbeit vor allem die folgenden zwei *Forschungslücken und -desiderata* zentral:

*Erstens* zeigen die Ergebnisse dieser Studien, dass populäre Fernsehangebote vielfältig angeeignet werden, sie dabei von Rezipierenden kritisiert, zur gleichen Zeit aber auch affirmativ gelesen bzw. in dominanter Lesart angeeignet werden. Mit unterschiedlichen Zielsetzungen und Fokussierungen haben diese Studien gemein, dass sie zeigen, dass insbesondere Ambivalenzen und Widersprüchlichkeiten, die in den Sendungen auftauchen, von Rezipierenden thematisiert und diskutiert werden. Formate des Reality TV sind geprägt von Grenzüberschreitungen und verwischen die Grenzen von traditionellen Gegensatzpaaren wie Information und Unterhaltung, Öffentlichkeit und Privatheit, Produktion und Publikum, aber auch zwischen „globaler Offenheit und nationaler Nabel-

---

einen wichtigen Beitrag zum Verständnis solcher Medienformate leisteten, fand in den darauffolgenden Jahren eine Ausdifferenzierung der Forschung mit dem Fokus auf Vergeschlechtlichungsprozesse u.a. aus der Perspektive (post-)feministischer Forschung als auch auf der Rezeption solcher Medienformate statt.

<sup>12</sup> Anzumerken ist, dass sich die hier benannten Studien ausschließlich auf Reality TV-Formate beziehen, während es selbstverständlich auch (neuere) Studien gibt (vgl. bspw. Villa 2012), die andere populärkulturelle Medienangebote aus Sicht der Governmentality Studies in den Blick nehmen.

schau, zwischen neoliberalen und sozialem Gesellschaftsmodell“ (Klaus 2008: 164). Wie auch Paula-Irene Villa (2008: 8) beschreibt, scheint die Faszination solcher Formate gerade in ihren ‚Gleichzeitigkeiten‘ und Uneindeutigkeiten zu liegen, die wiederum an die Widersprüchlichkeiten des eigenen Alltags von Zuschauer\_innen anknüpfen. Es zeigt sich hierbei eine Vielfalt an Ambivalenzen in der Rezeption, die es noch genauer herauszuarbeiten gilt. Insbesondere mit Blick auf die Rezeption von gouvernementalen Anrufungen und deren Vergeschlechtlichung in Castingshows liegen bisher nur sehr wenige bis gar keine Studien vor, die diesen Zusammenhang auch empirisch aus einer Aneignungsperspektive analysieren. Einen Beitrag hierzu leistet die vorliegende Studie.

*Zweitens* zeigen bisherige vergleichende Studien in erster Linie Unterschiede in der Rezeption von Fernsehserien auf, die in der Regel auf die jeweils unterschiedlichen Kontexte zurückgeführt werden. Ohne dabei die Existenz von Unterschieden anzuzweifeln oder auszuschließen, müssen aktuelle Studien m.E. jedoch vermehrt auf die Konnektivitäten zwischen kulturellen Kontexten Bezug nehmen und neben den Unterschieden auch Gemeinsamkeiten und übergreifende Prozesse erfassen. Einen Beitrag hierzu leistet die vorliegende Studie.

Wie eingangs bereits erwähnt, basiert die vorliegende Studie auf einer gesellschaftstheoretisch fundierten Medienforschung, die zum Ziel hat, Medienanalysen mit Analysen gesellschaftlicher Verhältnisse zu verknüpfen und den Wandel von Medien und Gesellschaft in den Blick zu nehmen. Allgemein bedeutet dies, dass die vorliegende Arbeit auf einem Konzept von Mediatisierung<sup>13</sup> der Gesellschaft basiert, während Theorien und Konzepte der (post-)feministischen Forschung, der Gouvernementalitätsforschung und der Globalisierungs- bzw. Transkulturalitätsforschung als konkrete theoretische Ausgangspunkte der Studie dienen. Diese theoretischen Ausgangspunkte sollen in folgendem Abschnitt genauer erklärt werden.

### 1.3 Zu den theoretischen Ausgangspunkten

Neben der Grundannahme einer Mediatisierung von Gesellschaft basiert die vorliegende Arbeit in theoretischer Hinsicht auf drei Rahmungen. Dies sind a) *Theorien des Postfeminismus*, b) *Theorien der Gouvernementalität* und c) *Theo-*

---

<sup>13</sup> Couldry/Hepp (2013: 197) liefern dazu eine gute Kurzcharakterisierung des Konzepts der Mediatisierung: „Generally speaking, *mediatization is a concept used to analyze critically the interrelation between changes in media and communications on the one hand, and changes in culture and society on the other.*“ (Hervorheb. i.O.) Diese Beschreibung von Mediatisierung geht einher mit den Zielen einer gesellschaftstheoretisch fundierten Medienforschung, indem sie dafür steht, den Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel herzustellen und zu untersuchen. Mehr zum Konzept der Mediatisierung vgl. auch Krotz 2007; Krotz/Hepp 2012.

rien der Transkulturalität. Diese drei theoretischen Rahmungen sollen als Ausgangspunkte der vorliegenden Arbeit dienen, um daraus Forschungsdimensionen für die empirische Analyse abzuleiten und sie als eine Interpretationsfolie für die Ergebnisse der Analyse zu nutzen.

Für die theoretische Rahmung des Postfeminismus werden hauptsächlich Arbeiten von Angela McRobbie (insbes. 2009; 2010) zum Zusammenhang von neoliberaler Gouvernementalität<sup>14</sup>, Geschlecht und populären Medienangeboten herangezogen. Dabei wird Postfeminismus mit McRobbie verstanden als eine Art „Pseudo-Feminismus“ (McRobbie 2010: 48) oder sogar „Antifeminismus“ (ebd.: 173), der sich zwar explizit auf die Erfolge des Feminismus beruft, ihn aber für nicht mehr notwendig erachtet. McRobbie (ebd.: 51) diagnostiziert das Aufkommen eines neuen Geschlechtervertrags, der junge Frauen nur unter der Bedingung Visibilität und gesellschaftliche Teilhabe zukommen lässt, wenn sie von feministischer Kritik absehen, und der insbesondere im Bereich der Populärkultur seine Machtwirkung entfaltet. Eine solche Politik „postfeministischer Desartikulation“ (ebd.) ist – so eine der Grundannahmen der Arbeit – auch im populären Castingshow-Format *Top Model* zu finden, in dem eine Anrufung eines unternehmerischen Subjekts stattfindet und in dem gleichzeitig ‚alte‘ und ‚neue‘ (Geschlechter-)Ungleichheiten (re-)produziert werden.

Als eine weitere theoretische Rahmung, die eng mit dem Verständnis von Postfeminismus nach Angela McRobbie zusammenhängt, werden Theorien der Gouvernementalität nach Michel Foucault (2000; 2004a; 2004b) für die vorliegende Arbeit genutzt. Dazu werden insbesondere Beiträge der Governmentality Studies (wie z.B. der Sammelband von Bröckling/Krasmann/Lemke 2000) herangezogen sowie insbesondere auf Modelle von Subjektivierung(en) in einer neoliberalen Gouvernementalität eingegangen. Dies dient dazu, um in der vorliegenden Arbeit Formate des Reality TV und insbesondere Castingshows als Medienangebote zu kennzeichnen, die Subjektivierungsmodelle für Kandidat\_innen sowie Zuschauer\_innen anbieten, die innerhalb einer neoliberalen Gouvernementalität sich selbst regierende und unternehmerische Subjekte (re-)produzieren.

Die dritte theoretische Rahmung dieser Arbeit sind Theorien der Transkulturalität, insbesondere nach Wolfgang Welsch (insbes. 1994; 2012). Innerhalb der (Medien-)Globalisierungsforschung kommt dem Konzept der Transkulturalität bisher noch ein relativ geringer Stellenwert zu, während es im Bereich der Kulturwissenschaften eine vielfältige Rezeption und Auseinandersetzung mit dem Konzept gibt (vgl. z.B. Allolio-Näcke/Kalscheuer/Manzeschke 2005a; Kimmich/Schahadat 2012b). Für den Bereich der Medien- und Kommunikati-

---

<sup>14</sup> Zum Begriff der Gouvernementalität vgl. Kapitel 1.5 bzw. Kapitel 3.2.

onsforschung haben das Konzept insbesondere Andreas Hepp (2006; 2009b) für den deutschsprachigen Bereich und Hepp/Couldry (2009) sowie Marwan M. Kraidy (2005) für den englischsprachigen Bereich diskutiert. Dabei ist anzumerken, dass sich die meisten Beiträge zur Transkulturalität auf eine Diskussion theoretischer Implikationen beschränken und Transkulturalität als eine Forschungsperspektive konzeptualisieren. Eine Ausnahme stellt der Beitrag von Robert Pütz (2004) dar, der „Transkulturalität als Praxis“ diskutiert und in einer empirischen Studie anwendet. Diese beiden Perspektiven von Transkulturalität sollen in dieser Arbeit verwendet werden, um Fernsehformate und ihre Rezeption einerseits aus einer transkulturellen Vergleichsperspektive zu untersuchen, andererseits Transkulturalität als eine mediatisierte Praxis der Rezeption von Fernsehformaten empirisch nachzuverfolgen.

Aus diesen drei theoretischen Rahmungen wurden mit Blick auf Forschungsstand und -desiderata *drei Forschungsdimensionen des „Postfeminismus“, der „Neoliberalen Subjektivierung(en)“ und der „Transkulturalität“* gebildet, die zum einen für den Entwurf eines Leitfadens zur Strukturierung der Gruppendiskussionen angewandt, zum anderen für die Auswertung bzw. Codierung des Materials genutzt wurden. Die Forschungsdimensionen und die daran anschließenden Fragestellungen werden in Kapitel 3.4 der Arbeit ausführlicher präsentiert. Wie das genaue methodische Vorgehen dieser Arbeit im Anschluss an diese Forschungsdimensionen aussieht, soll in dem folgenden Abschnitt erläutert werden.

## 1.4 Zur Methodik der Arbeit

Wie bereits erwähnt, basiert die Arbeit ausschließlich auf qualitativen Methoden der Medien(rezeptions-)forschung. Dabei werden die Methodik der Gruppendiskussionen sowie der qualitativen Inhaltsanalyse als Erhebungs- und Analyseinstrumente verwendet. Die Arbeit basiert darüber hinaus auf einer transkulturellen Vergleichssemantik, wie sie in Kapitel 4.2 noch genauer vorgestellt wird.

*Gruppendiskussionen* werden in dieser Arbeit verwendet, um die Aneignung der beiden *Top Model*-Sendungen *America's Next Top Model* und *Germany's next Topmodel* zu untersuchen. Es wurden insgesamt 12 Gruppendiskussionen mit 50 Teilnehmerinnen in Deutschland und den USA durchgeführt. In Deutschland wurden sieben Gruppendiskussionen, in den USA fünf Diskussionen realisiert. Von diesen wurden insgesamt 10 Gruppendiskussionen, d.h. jeweils fünf aus einem (Länder-)Kontext, für die Auswertung herangezogen. Das Sample basiert ausschließlich auf ‚weiblichen‘ Zuschauerinnen, wurde darüber

hinaus aber selbstselektiv zusammengesetzt, d.h. alle Befragten nahmen freiwillig an den Gruppendiskussionen teil und wurden in sog. ‚natürlichen‘ Gruppen befragt. Insgesamt waren sie verhältnismäßig klein; die Anzahl der Teilnehmerinnen lag zwischen zwei und sechs pro Gruppendiskussion.

Die *Auswertung* der Gruppendiskussionen erfolgte mit einer Kombination aus inhaltlich strukturierender qualitativer Inhaltsanalyse (nach Kuckartz 2012) und transkultureller Vergleichssemantik (nach Hepp 2006; 2009b). Dabei wurde eine deduktiv-induktive Kategorienbildung verwendet. Das bedeutet, dass zunächst entlang der aus Theorie und Forschungsstand gebildeten Hauptkategorien des Postfeminismus, der Gouvernamentalität und Transkulturalität codiert wurde, um in einem zweiten Schritt induktiv Subkategorien aus dem Material zu bilden.

Die bei der Auswertung zugrunde gelegte *transkulturelle Vergleichssemantik* besitzt verschiedene Implikationen für den Vergleich des Materials aus den (Länder-)Kontexten. Einerseits wurde das Material nicht wie in einem internationalen oder interkulturellen Vergleich üblich zunächst getrennt nach nationalen oder kulturellen Kontexten analysiert, sondern von vorneherein als ein gemeinsamer Datenkorpus genutzt. Diese Vorgehensweise basiert auf einem Verständnis des Untersuchungsgegenstands als ‚kulturelle Verdichtung‘ (vgl. Hepp 2006: 79). Dadurch können nicht nur Unterschiede, sondern vor allem auch Gemeinsamkeiten herausgearbeitet werden, die über Grenzen hinweg konstituiert werden.

Bei einer transkulturell angelegten Studie spielt gegenüber einer international oder interkulturell angelegten Forschung das Verständnis von ‚Kultur‘, die Verwendung einer spezifischen Vergleichssemantik und die Reflexion von verwendeten Begriffen eine zentrale Rolle (vgl. Hepp 2004: 104). Neben Hinweisen zu den Begrifflichkeiten um Globalisierung bzw. Transkulturalität, wie sie in dieser Arbeit verwendet werden, werden in folgendem Abschnitt weitere Hinweise zu anderen Begrifflichkeiten und ihren Verwendungs- und Schreibweisen in dieser Arbeit gegeben.

## 1.5 Hinweise zu Begrifflichkeiten (und Orthografie)

Im Folgenden sollen einige Hinweise zu Verwendungs- und Schreibweisen von in der Arbeit häufig verwendeten und zentralen Begriffen gegeben werden. In der Regel werden die Begriffe in der Folge der gesamten Arbeit wie hier beschrieben verwendet. Im Falle von Abweichungen wird dies an entsprechender Stelle gekennzeichnet und begründet.

*Postfeminismus:* Der Begriff des Postfeminismus wird in dieser Arbeit – sofern nicht explizit auf ein anderes Verständnis hingewiesen wird – im Sinne von Angela McRobbie als „Pseudo-Feminismus“ (McRobbie 2010: 48) oder sogar „Antifeminismus“ (ebd.: 173) verstanden, der sich zwar explizit auf die Erfolge des Feminismus beruft, ihn aber für nicht mehr notwendig erachtet. Dieses Verständnis impliziert die Annahme, dass insbesondere junge Frauen innerhalb einer neoliberalen Gouvernamentalität in einen ‚neuen Geschlechtervertrag‘ eingebunden werden, der sie dazu auffordert, Bildung zu erwerben, beruflich aktiv zu sein und so eine Teilhabe an der Produktion einer erfolgreichen ‚Weiblichkeit‘, Sexualität und vielleicht auch Mutterschaft sicherzustellen (vgl. ebd.: 130). Die Bedingung ist dabei jedoch, (feministische) Kritik an (Geschlechter-)Ungleichheiten aufzugeben. Für eine ausführliche Erläuterung von Postfeminismus und seinen Implikationen vgl. Kapitel 3.1.

*Gouvernamentalität:* Der von Michel Foucault geprägte Begriff der Gouvernamentalität spielt in vorliegender Arbeit eine zentrale Rolle und soll hier – verkürzend ausgedrückt – als eine „Art und Weise, mit der man das Verhalten der Menschen steuert“ (Foucault 2004a: 261) definiert werden. Anzumerken ist, dass es sich bei Gouvernamentalität nicht nur um einen Begriff handelt, sondern damit auch verschiedene Konzepte und Denkweisen verbunden sind. Wie Gerstenbach (2007: 21) beobachtet, fungiert der Begriff bei Foucault später als ein umfassendes analytisches Schema, als „theoretisches Konzept, das eine Vermittlung zwischen den machtanalytischen Arbeiten und der Hinwendung zu Fragen der Ethik und des Selbstverhältnisses gestattet.“ Als ein solches analytisches Schema wird der Begriff auch in dieser Arbeit gebraucht, um insbesondere solche politischen Rationalitäten in den Blick zu nehmen, die als neoliberal zu kennzeichnen sind. Aus diesem Grund ist in dieser Arbeit vor allem von einer neoliberalen Gouvernamentalität die Rede. Gegenwärtig wird die Existenz einer neoliberalen Gouvernamentalität angenommen, mit der eine hohe Wettbewerbsorientierung und die Ausrichtung der gesamten Lebensführung von Individuen an unternehmerischem Handeln einhergehen (vgl. Bröckling 2007: 47). Eine neoliberale Gouvernamentalität basiert darüber hinaus auf der ‚Freiheit‘ der Individuen, die für sich und ihren Erfolg selbstverantwortlich sind, sich jedoch ständig an ökonomischen Prinzipien messen müssen. Regieren heißt in diesem Sinne, das Feld eventuellen Handelns der anderen zu strukturieren, aber auch das eigene Handeln:

„[...] dass derjenige, der den Staat will regieren können, zunächst sich selbst, dann auf einer weiteren Stufe seine Familie, sein Gut und seinen Besitz regieren können muss, um am Ende den Staat zu regieren.“ (Foucault 2000: 48).

Diese spezifische Form der Regierung, die Foucault mit der Begrifflichkeit einer neoliberalen Gouvernamentalität fasst, ist vor allem gekennzeichnet durch die Verwobenheit von Selbst- und Fremdführung und einer ausgeprägten sog. Ökonomisierung des Sozialen (vgl. Lemke/Krasmann/Bröckling 2000). Eng verbunden mit dem Begriff der Gouvernamentalität ist also der Begriff des Neoliberalismus, der auch in der vorliegenden Arbeit immer wieder erwähnt wird. Das Verständnis dieses Begriffs für diese Arbeit soll im Folgenden kurz erläutert werden.<sup>15</sup>

*Neoliberalismus:* Der Begriff des Neoliberalismus wird in dieser Arbeit in einem Verständnis verwendet, das ihn erstens als eine „historisch-spezifische Form einer Gouvernamentalität“ (Gertenbach 2007: 36) kennzeichnet und ihn zweitens als ein politisches Projekt und Programm versteht, das gleichzeitig eine bestimmte soziale Realität herstellt, die Subjekte dazu anruft, aktiv im Sinne der (Selbst-)Regierung zu sein (vgl. Lemke/Krasmann/Bröckling 2000: 9). Über eine Basis gemeinsamer Grundbestandteile kennt Neoliberalismus sehr vielfältige Ausprägungen, welches Ptak (2008: 24) auch als eine Stärke des neoliberalen Projekts benennt. Dementsprechend kann man nicht nur von Neoliberalismus im Singular sprechen, sondern muss von sog. *Neoliberalismen* im Plural ausgehen. Eng verbunden mit dieser spezifischen Form der Gouvernamentalität sind Subjekte im Neoliberalismus stets zu einer „Arbeit der Subjektivierung“ (Bröckling 2007: 48) aufgefordert, die mit einer Tendenz zu gesteigerter Selbstkontrolle, Selbstökonomisierung und Selbstrationalisierung (vgl. ebd.: 49) und der Aufforderung, zu einer „Marke Ich“ (ebd.: 68) zu werden, einhergeht. Diese Formen von Subjektivierung(en) sollen in der vorliegenden Arbeit deshalb als ‚neoliberale Subjektivierung(en)‘ bzw. auch als neoliberal-gouvernementale Praktiken der Subjektivierung(en) bezeichnet werden.<sup>16</sup>

*Transkulturalität, Transkulturalisierung und transkulturell:* Eine weitere Begrifflichkeit, die im Zentrum dieser Arbeit steht, ist die der Transkulturalität. Mit ihr hängen zahlreiche andere Begriffe und Konzepte zusammen, die an dieser Stelle kurz voneinander abgegrenzt und in ihrer Verwendungsweise erklärt werden. Der Begriff der Transkulturalität soll auf eine veränderte Auffassung von ‚Kultur‘ aufmerksam machen (vgl. Welsch 1994: 147). Dabei ist diese veränderte Form von ‚Kultur‘ durch einen Prozess der ‚Transkulturalisierung‘ gekennzeichnet, der auf eine gegenseitige Durchdringung und Verflechtung von Kulturen hinweist (vgl. Welsch 2012: 29). Obwohl die Begrifflichkeit der Transkulturalisierung diesen Prozess besser beschreiben würde, hat sich der Begriff der Transkulturalität als Beschreibung für eine Form von ‚Kultur‘ etab-

---

<sup>15</sup> Für eine ausführlichere Diskussion von Gouvernamentalität, neoliberaler Gouvernamentalität und Neoliberalismus vgl. Kapitel 3.2.

<sup>16</sup> Ausführlicher dazu vgl. Kapitel 3.2.3.



liert. Aus diesem Grund wird der Begriff ‚Transkulturalität‘ statt ‚Transkulturalisierung‘ auch in der vorliegenden Arbeit genutzt. Im Anschluss an den Begriff der Transkulturalität werden in dieser Arbeit dementsprechend alle Phänomene, Medienangebote, Prozesse, etc. als ‚transkulturell‘ bezeichnet, die durch diese neue kulturelle Form der Transkulturalität geprägt sind. Andere Autor\_innen bezeichnen solche (mediatisierten) Praktiken, die über Grenzen hinweg bestehen, auch als ‚translokal‘ anstatt transkulturell (vgl. z.B. Hepp/Berg/Roitsch 2012: 237). Die Bezeichnung ‚translokal‘ wird in der vorliegenden Arbeit i.d.R. nicht verwendet, weil m.E. dadurch einem Verständnis von ‚lokal‘ bzw. ‚translokal‘ Vorschub geleistet wird, das sich ausschließlich auf das Geographische bezieht. Wie in Kapitel 3.3.2 noch ausführlicher beschrieben wird, wird in dieser Arbeit ein ‚globales‘ Verständnis des ‚Lokalen‘ zugrunde gelegt, das das ‚Lokale‘ eben nicht an einen physischen ‚Ort‘ zurückbindet, sondern auch seine Verlinkungen mit anderen ‚Orten‘ anerkennt (vgl. Massey 1994: 156). Um dies deutlich zu machen, werden die Begriffe des ‚Lokalen‘ und ‚Globalen‘ sowie ‚lokal‘ und ‚global‘ in der vorliegenden Arbeit in einfache Anführungszeichen gesetzt. Um weiterhin zu kennzeichnen, dass mit dem ‚Lokalen‘ in der Regel eine binäre Opposition zum ‚Globalen‘ gezeichnet wird, sowohl die Verständnisweisen der beiden Konstrukte als auch ihre Binari-tät jedoch hinterfragt und reflektiert werden sollte, werden diese beiden Begrifflichkeiten durch die Anführungszeichen als eben solche Konstrukte gekennzeichnet. Ähnlich wird dabei mit dem Begriff der ‚Lokalisierung‘ verfahren, der in der Regel in Anführungszeichen gesetzt wird, um darauf zu verweisen, dass hiermit nicht zwangsläufig Prozesse gemeint sind, die an einen spezifischen, physischen oder geographischen ‚Ort‘ gebunden sind, sondern dass hierbei auch Prozesse in Erscheinung treten, die Verbindungen zu anderen ‚Lokalitäten‘ besitzen. Adaptierte Versionen eines Fernsehformats können so als ‚lokalisiert‘ betrachtet werden, weil sie für einen spezifischen Kontext produziert werden, durch ihren Bezug zum ‚globalen‘ Konzept jedoch auch Verbindungen zu anderen Versionen besitzen.

*Globalisierung, ‚global‘ und global gehandelt:* Im Gegensatz dazu wird der Begriff der Globalisierung ohne Anführungszeichen verwendet, weil er in der vorliegenden Arbeit nicht als einzelner Begriff verwendet wird, sondern einen sog. Metaprozess darstellt. Ein Metaprozess bezeichnet nach Friedrich Krotz (2007: 27) „lang andauernde und kulturübergreifende Veränderungen“, die auch als „Prozesse von Prozessen [...]“, die die soziale und kulturelle Entwicklung der Menschheit langfristig beeinflussen.“ Dabei handelt es sich eigentlich um begriffliche Konstrukte, die helfen sollen, bestimmte Entwicklungen zusammenzufassen und damit die Welt handhabbar zu machen (vgl. ebd.). Als einen solchen Metaprozess begreift Krotz auch Globalisierung, der durch teils

widersprüchliche Prozesse des Verlusts von Vielfalt als auch durch Abhängigkeiten und Integration gekennzeichnet ist (vgl. ebd.). Insbesondere kann mit dem Metaprozess der Globalisierung eine Vielfalt von Einzelentwicklungen, die unterschiedliche Veränderungen und Auswirkungen nicht nur im medialen Bereich, sondern in allen Lebensbereichen von Menschen zur Folge haben, gefasst werden (vgl. ebd.: 27-28).<sup>17</sup> Im Anschluss an diese Überlegungen wird der Begriff der Globalisierung als ein begriffliches Konstrukt verwendet, das diese Veränderungen beschreiben kann. Auch im akademischen Diskurs wird Prozessen der Globalisierung in verschiedenen Bereichen Aufmerksamkeit geschenkt, was zu Beginn des Kapitels 3.3 ausführlicher beleuchtet wird.<sup>18</sup> Es sei anschließend darauf aufmerksam gemacht, dass, wie oben erwähnt, der Begriff ‚global‘ in Anführungszeichen gesetzt verwendet wird, wenn er im Zusammenhang mit bzw. als Gegenstück zu dem Begriff ‚lokal‘ genannt wird, um zu kennzeichnen, dass eine solche Binarität nicht unhinterfragt angenommen werden kann. Im Zusammenhang mit dem Begriff der Fernsehformate wird der Begriff ‚global‘ mit dem Adjektiv ‚gehandelt‘ verwendet. Fernsehformate werden dementsprechend nicht als ‚global‘ gekennzeichnet, sondern i.d.R. als ‚global gehandelt‘, um auf den Unterschied zwischen ihrer Distribution und ihrer textuellen Beschaffenheit aufmerksam zu machen.<sup>19</sup>

*Diskurs:* In dieser Arbeit wird des Öfteren der Begriff Diskurs verwendet. Es ist anzumerken, dass die Arbeit keine ausführliche Erläuterung des Diskursbegriffs leistet bzw. leisten kann; nichtsdestotrotz soll an dieser Stelle darauf verwiesen werden, dass dieser Arbeit ein Begriff von Diskurs zugrunde liegt, der sich vor allem auf ein Verständnis von Diskursen nach Michel Foucault bezieht. Mit Keller (2007: Abs. 2), der seine Überlegungen auf den Arbeiten von Michel Foucault basiert, kann ein Diskurs wie folgt gefasst werden: „Die Aussagen und die entsprechende Aussagepraxis bilden einen Diskurs, wenn sie nach ein- und demselben ‚Formationsprinzip‘ gebildet werden.“<sup>20</sup> Nach Ruoff (2009: 91) bezeichnet der Diskurs innerhalb von Foucaults Werken den Zusammenhang von Sprache und Denken. Insbesondere steht der Diskurs dabei für

---

<sup>17</sup> Ausführlicher zum Metaprozess der Globalisierung vgl. auch Krotz 2006.

<sup>18</sup> Für einen Überblick des Diskurses um Kulturwandel und Globalisierung vgl. bspw. Winter 2000.

<sup>19</sup> Ausführlicher dazu vgl. Kapitel 2.3.

<sup>20</sup> Im Zusammenhang mit dem Begriff des Diskurses wird oft der Begriff der Praktiken thematisiert. Keller stellt dazu heraus: „So sprechen Diskurse nicht für sich selbst, sondern werden erst durch *soziale Akteure* und deren Sprechakte in gesellschaftlichen Praxisfeldern und institutionellen Gefügen ‚lebendig‘.“ (Keller 2007: Abs. 43, Hervor. i.O.) Wenn in dieser Arbeit von Praktiken oder Praxis die Rede ist, dann bezieht sich dies auf „sozial konventionalisierte Arten und Weisen des Handelns, also typisierte Routinemodelle für Handlungsvollzüge, die von unterschiedlichsten Akteuren mit mehr oder weniger kreativ-taktischen Anteilen aufgegriffen, ‚gelernt‘, habitualisiert und ausgeführt werden.“ (ebd.: Abs. 44).

die „Bildung von Wahrheiten, die sich innerhalb von Denksystemen in der Geschichte formieren.“ (ebd.: 92). Eine solche Einheit von Denken und Diskurs kann also die Wissensformen einer Kultur definieren (vgl. ebd.). Ruffing (2010: 105) bringt in seiner Einführung in die Werke Michel Foucaults das Verständnis von Diskurs wie folgt auf den Punkt: „Diskurse geben eine Ökonomie vor, was gedacht und was gesagt werden darf.“ In der vorliegenden Arbeit wird ein Diskurs also in Anlehnung an Foucault als ein theoretisches Konzept begriffen, das Diskurs als „anonyme Konfiguration von Aussagemustern, in deren Rahmen Subjekte sprechen und handeln müssen“ (Sarasin 2012: 107) versteht. Diskurs ist zugleich eine „Praxis, in der Subjekte zugleich ihre Welt gestalten, wie sie dabei von den Regeln des Diskurses geleitet, beschränkt und dezentriert werden.“ (ebd.). Dieses Verständnis von Diskurs als Praxis soll in vorliegender Arbeit angewendet werden, indem die Anrufungen und Reproduktionen an eine ‚Unternehmerin ihrer selbst‘ im *Top Model*-Format als ein Diskurs verstanden werden, in den auch die Zuschauerinnen eingebunden sind und in dessen Rahmen sie sprechen und handeln. Wie genau die Aushandlungen (und ggf. auch Widersprüche) innerhalb eines solchen Diskurses aussehen, wird die vorliegende Studie zeigen.

*Top Model*: Um deutlich zu machen, wann und warum an verschiedenen Stellen verschiedene Bezeichnungen des *Top Model*-Formats, der *Top Model*-Sendungen und *America's Next Top Model* und *Germany's next Topmodel* verwendet, soll auch dies an dieser Stelle erläutert werden. Zunächst ist anzumerken, dass immer dann, wenn sich eine Aussage auf das Format im Allgemeinen bezieht, d.h. auf das global gehandelte Formatkonzept und alle Adaptionen, wird der Begriff *Top Model* oder *Top Model*-Format verwendet. Wenn sich eine Aussage auf spezifische Adaptionen des Formats bezieht, dann wird auch der Begriff der *Top Model*-Sendungen genutzt. Außerdem werden immer dann die Bezeichnungen *America's Next Top Model* und *Germany's next Topmodel* verwendet, wenn sich die Aussage auf genau diese spezifische Adaption des Formats bezieht. Es ist außerdem zu bemerken, dass die unterschiedliche Rechtschreibung von *America's Next Top Model* und *Germany's next Topmodel* dem Adaptionsprozess geschuldet ist, in dessen Verlauf der Titel *Germany's next Topmodel* an die deutsche Orthografie angepasst wurde.<sup>21</sup> Weiterhin werden an einigen Stellen, insbesondere bei der Bezeichnung der Zuschauerinnen, die Abkürzungen der beiden Sendungen genutzt: ANTM steht für *America's Next Top Model* und GNTM für *Germany's next Topmodel*. Darüber hinaus werden in dieser Arbeit alle Eigennamen von z.B. Unternehmen, wie auch alle Filmtitel

---

<sup>21</sup> „Das US-Konzept liegt auch dem deutschen Format zugrunde, wobei die Schreibweise ‚*Top Model*‘ der deutschen Rechtschreibung (‚*Topmodel*‘) angepasst wurde“ (o.V.: *Germany's next Topmodel* – Das offizielle Magazin 2008: 74).

und Fernsehsendungen (außer bei Abkürzungen), zur besseren Kennzeichnung kursiv gesetzt.

*Geschlechtergerechte Schreibweise und Bezeichnungen für intersektionale Kategorien:* In dieser Arbeit wird in Bezug auf eine geschlechtergerechte Sprache der aus der Queer Theory stammende Unterstrich verwendet, der m.E. zum einen eine besser lesbare Alternative zum Binnen-I darstellt und darüber hinaus kritisch darauf verweist, dass vorgegebene Geschlechterkategorien stets eine Heteronormativität in sich tragen, also die ‚Normalität‘ der Zweigeschlechtlichkeit reproduzieren. Durch die Verwendung des Unterstrichs wird also versucht, diese Reproduktion zu vermeiden und eine Dekonstruktion von Zweigeschlechtlichkeit und Heteronormativität zu fördern (vgl. für eine Übersicht zu den Queer Studies Hieber 2012).

Es werden dementsprechend die Begriffe Zuschauer\_innen oder Kandidat\_innen verwendet, wenn alle Menschen gemeint sind, während die Begriffe von Zuschauerinnen und Kandidatinnen dann explizit eingesetzt werden, um hervorzuheben, dass damit Personen gemeint sind, die sich als ‚weiblich‘ identifizieren (dies ist bei allen Teilnehmerinnen der Gruppendiskussionen der Fall). Daran anschließend werden dementsprechend auch die Begriffe ‚Weiblichkeit‘ und ‚weiblich‘ in einfache Anführungszeichen gesetzt, um deutlich zu machen, dass es sich hierbei um gesellschaftlich hergestellte Konstrukte handelt, die in unterschiedlichen Zusammenhängen, unterschiedlichen Kontexten und zu unterschiedlichen Zeitpunkten verschiedene Bedeutungen annehmen können.

Weiterhin werden Bezeichnungen für Kategorien der Ethnizität<sup>22</sup> (oder ‚Klasse‘<sup>23</sup>) so verwendet, dass in der Regel deutlich wird, wie sie gemeint sind. Wenn sich auf die ‚Hautfarbe‘ einer Person bezogen wird, dann wird sie als Weiß, Schwarz oder nicht-Weiß bezeichnet. Die Großschreibung der Adjektive verweist auf die Konstruiertheit dieser Kategorien und soll der Affirmation naturalisierter Verwendungsweisen entgegenwirken.

Zu guter Letzt sei darauf verwiesen, dass in der vorliegenden Arbeit häufig mit *Klammerungen* verschiedener Begrifflichkeiten gearbeitet wird. Schreibweisen, wie z.B. Subjektivierung(en), (Länder-)Kontexte oder (Post-)Feminismus, weisen darauf hin, dass hier stets beides gemeint ist – Subjektivierung im Singular und Plural, Kontexte als Länder und kulturelle Kontexte, sowie Postfeminismus als auch Feminismus.

---

<sup>22</sup> In dieser Arbeit wird in der Regel der Begriff der Ethnizität anstatt dem der ‚Rasse‘ oder race verwendet, außer in den Fällen, bei denen die zitierten Autor\_innen explizit diese anderen Begrifflichkeiten nutzen. Zur Strukturkategorie ‚Rasse‘ vgl. Winker/Degele 2009: 47-49.

<sup>23</sup> Zur Strukturkategorie ‚Klasse‘ vgl. Winker/Degele 2009: 42-44.

## 1.6 Zum Aufbau der Arbeit

Im Folgenden wird nun ein Überblick über den Aufbau der Arbeit gegeben. Die Arbeit ist in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert. Im ersten Teil der Arbeit werden Forschungsstand und theoretische Rahmungen beschrieben (*Kapitel 2 und 3*), im zweiten Teil der Arbeit werden Methodik und Ergebnisse des empirischen Teils dargelegt (*Kapitel 4 und 5*).

In *Kapitel 2* wird zunächst der Forschungsstand verschiedener Bereiche, die für die Arbeit grundlegend sind, aufgezeigt und diskutiert. Nachdem eine kurze Einführung in die Genrefamilie des Reality TV und den Begriff der Castingshow erfolgt sowie Castingshows als Orte gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse gekennzeichnet werden (*Kapitel 2.1*), wird das in der Arbeit zentrale *Top Model*-Format zunächst als mediale Inszenierung der ‚Unternehmerin ihrer selbst‘ gekennzeichnet, was bedeutet, dass Kandidatinnen und resp. Zuschauer\_innen in den *Top Model*-Sendungen als ermächtigte ‚weibliche‘ Subjekte angerufen werden und ihr (Körper-)Handeln an den Richtlinien des Markterfolgs gemessen wird (*Kapitel 2.2*). Im Anschluss wird das *Top Model*-Format dann als ein global gehandeltes Fernsehformat gekennzeichnet (*Kapitel 2.3*), das sich innerhalb von Prozessen der Globalisierung und ‚Lokalisierung‘ konstituiert. Dabei wird herausgearbeitet, dass erfolgreiche Fernsehformate als hybride Produkte auf universellen Themen beruhen, die für Menschen in verschiedenen Kontexten anschlussfähig sind. Im letzten Teil des zweiten Kapitels wird das *Top Model*-Format dann als ein Rezeptionsangebot in verschiedenen Kontexten charakterisiert (*Kapitel 2.4*), wobei zunächst auf die Begrifflichkeiten von Rezeption und Aneignung sowie auf verschiedene Grundverständnisse und Herausforderungen des vergleichenden Forschens eingegangen wird, um danach Ergebnisse vorhandener Studien zur Rezeption von Reality TV als auch von Fernsehsendungen in verschiedenen Kontexten vorzustellen und zu diskutieren. Das Kapitel endet mit einem Zwischenfazit, in dem das *Top Model*-Format zusammenfassend als ein transkulturelles Medienangebot und eine Ressource für postfeministische und neoliberale Subjektivierung(en) gekennzeichnet wird (*Kapitel 2.5*).

In *Kapitel 3* werden die drei zentralen theoretischen Rahmungen der Arbeit vorgestellt. Es wird zunächst auf Theorien des Postfeminismus, insbesondere im Anschluss an Angela McRobbie, eingegangen (*Kapitel 3.1*). Dabei werden die von McRobbie eingeführten Konzepte der Aufmerksamkeitsräume und der postfeministischen Desartikulation genauer diskutiert, bevor auf Ambivalenzen im Postfeminismus eingegangen wird und unterschiedliche Ebenen von Frauenöffentlichkeiten bzw. Öffentlichkeiten für Frauen, die sich innerhalb eines Postfeminismus (neu) artikulieren, beschrieben werden. In Anschluss daran wird die

zweite theoretische Rahmung der Gouvernamentalität vorgestellt (*Kapitel 3.2*). Zunächst wird dabei genauer auf den Begriff und das Konzept der Gouvernamentalität im Anschluss an Michel Foucault eingegangen, bevor ein kurzer Abriss über Neoliberalismus als politisches Programm und Projekt gegeben wird. Der Schwerpunkt dieses Kapitels liegt auf der Darstellung von Subjektivierungsprozessen, die in einer neoliberalen Gouvernamentalität stattfinden, und die zum großen Teil auf den von Foucault so bezeichneten Technologien des Selbst beruhen. Zum Schluss des Kapitels wird kurz auf Leerstellen und Kritik der Gouvernamentalitätsstudien eingegangen, um die Notwendigkeit zu zeigen, Prozesse der Vergeschlechtlichung innerhalb von Subjektivierung(en) herauszuarbeiten. Im nächsten Abschnitt dieses Kapitels wird die dritte theoretische Rahmung der Arbeit, die Transkulturalität, vorgestellt (*Kapitel 3.3*). Dabei wird zunächst der Begriff der Transkulturalität genauer erläutert, bevor auf Grenzen und Möglichkeiten des Konzepts eingegangen wird. Danach wird Transkulturalität sowohl als eine Forschungsperspektive beschrieben als auch als Praxis konzeptualisiert. Zum Ende wird das Konzept erweitert und für die empirische Analyse operationalisiert, indem es mit dem Konzept der kulturellen Nähe nach Straubhaar (2007) zusammengeführt wird.

In *Kapitel 4* wird die methodische Vorgehensweise der Arbeit ausführlich erläutert. Dabei wird zunächst die spezifische Vorgehensweise eines transkulturellen Vergleichs aufgezeigt (*Kapitel 4.1*), um im darauffolgenden Unterkapitel das konkrete Vorgehen dieser Arbeit zu erläutern (*Kapitel 4.2*). Dabei wird auf die Gründe der Auswahl des *Top Model*-Formats und der (Länder-)Kontexte Deutschland und USA eingegangen, die Methodik der Gruppendiskussionen dargelegt und (auch kritisch) diskutiert, sowie der Rekrutierungsprozess, das Sample, der inhaltliche Ablauf der Diskussionen, Fragebögen und Leitfaden und die Transkriptionsregeln vorgestellt und reflektiert. Anschließend wird das Vorgehen zur Auswertung der Gruppendiskussionen als eine Kombination aus inhaltlich strukturierender qualitativer Inhaltsanalyse und einer transkulturellen Vergleichssemantik sowie das daraus entwickelte Kategoriensystem dargestellt.

In *Kapitel 5* der Arbeit werden dann die Befunde der Rezeptionsstudie präsentiert. In diesem Kapitel wird zunächst ein Überblick über die in dieser Studie befragten Zuschauerinnen in Form von Gruppenporträts gegeben (*Kapitel 5.1*). Daraufaufgehend werden in den nächsten Unterkapiteln die Befunde der Studie entlang der drei Forschungsdimensionen und Hauptkategorien präsentiert. Erstens geht es um Befunde hinsichtlich von Ambivalenzen einer postfeministischen Desartikulation (*Kapitel 5.2*). Hier werden Lesarten und Aushandlungen der Inszenierungen von ‚Weiblichkeit‘ im *Top Model*-Format durch junge Zuschauerinnen beleuchtet. Im Anschluss daran wird auf die Befunde in Bezug auf die Ambivalenzen neoliberaler Subjektivierung(en) eingegangen (*Kapitel 5.3*).