



MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

Girls And Boys, And Everything Inbetween

Transgender Darstellung in Serien und deren Identifikations-
und Wirkungspotential

verfasst von / submitted by

Thu Huong Huynh, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2019 / Vienna, 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Mag. Dr. Christian Steininger, Privatdoz.



Gefördert von der Österreichischen Hochschulinnenschaft

1. EINLEITUNG	7
2. THEORETISCHER RAHMEN	9
2.1 PROBLEMAUFRISS	9
2.2 FORSCHUNGSFRAGEN.....	12
2.3 MEDIENÖKONOMISCHE GRUNDLAGEN DER SERIE.....	14
2.3.1 Charakteristika.....	15
2.3.2 Produktion	18
2.3.3 Vermarktung	21
2.3.4 Distribution	23
2.3.5 Rezeption	27
2.3.6 Medienkonvergenz.....	29
2.4 IDENTITÄTSKONSTRUKTION UND –BILDUNG.....	31
2.4.1 Bedeutung von Identität	31
2.4.2 Geschlecht, Gender und sexuelle Orientierung	33
2.4.3 Geschlecht als soziales Konstrukt	37
2.4.4 <i>doing gender</i>	40
2.4.5 Heteronormativität.....	44
2.4.6 Geschlechterstereotype	47
2.4.7 Mediale Repräsentation	50
2.4.8 Geschlechter- und queertheoretische Kommunikationsforschung	52
2.5 WIRKUNGS- UND IDENTIFIKATIONSPOTENTIAL DER SERIE	54
2.5.1 Kultivierungsthese.....	56
2.5.2 Uses-and-Gratification Approach	59
2.5.3 Involvement	62
2.5.4 Encoding-Decoding Modell	65
2.5.5 Konzept der parasozialen Interaktion	68
2.5.6 Repräsentation und Stereotypisierung	72

3. EMPIRISCHER TEIL	74
3.1 METHODENWAHL	74
3.1.1 Film- und Fernsehanalyse nach Lothar Mikos.....	75
3.1.2 Analyseebene Figuren und Akteure	80
3.1.3 Analyseebene Kontext.....	83
3.1.4 Auswahl des Untersuchungsmaterial	85
3.2 SERIENANALYSE UGLY BETTY – I’M COMING OUT	89
3.2.1 Prämisse der Serie	89
3.2.2 Die Figur Alexis Meade	89
3.2.3 Inhaltsangabe zur Folge.....	90
3.2.4 Interpretation relevanter Sequenzen	93
3.3 SERIENANALYSE GLEE – TRANSITIONING	99
3.3.1 Prämisse der Serie	99
3.3.2 Die Figuren Unique Adams und Sheldon Beiste.....	99
3.3.3 Inhaltsangabe zur Folge.....	101
3.3.4 Interpretation relevanter Sequenzen	103
3.4 SERIENANALYSE ORANGE IS THE NEW BLACK – LESBIAN REQUEST DENIED.....	107
3.4.1 Kurzbeschreibung der Serie	107
3.4.2 Die Figur Sophia Burset	107
3.4.3 Inhaltsangabe zur Folge.....	108
3.4.4 Interpretation relevanter Sequenzen	110
3.5 IDENTITÄTSSTIFTENDE FUNKTION DER SERIE.....	117
4. SCHLUSS	121
5. LITERATURVERZEICHNIS	121
ABSTRACT	131

1. Einleitung

Schoko oder Vanille? Das ist eine Frage, die einem schon lange nicht mehr beim Eis kaufen gestellt wurde. Heutzutage gibt es weitaus ausgefalleneren Sorten wie Lavendel-Heidelbeere, Safran-Orange, Cashew-Cheesecake oder Schlumpf. Es gibt natürlich auch verfeinerte Varianten der altbekannten Klassiker wie Edelbitter-Schokolade. Das heißt aber nicht, dass es die ausgefallenen Sorten nicht auch schon vor zwanzig, dreißig Jahren hätte geben können. Die Geschmäcker sind bekannte Noten, die lediglich neuzusammengesetzt wurden.

So verhält es sich ähnlich mit der Geschlechteridentität. Hat man in den 1950er Jahren klassisch zwischen Mann* und Frau* getrennt, reicht diese Unterscheidung 2019 nicht mehr aus. Begriffe wie Transgender, Intersex, genderfluid und non-binary nehmen einen immer größer werdenden Raum in unserem Sprachgebrauch ein. Das heißt aber nicht, dass es erst seit neuer Zeit diese Ausprägungen von Geschlechteridentität gibt. Diese gab es nämlich auch bereits als es keinen Namen für sie gab. Die neuen Begriffe machen endlich sichtbar, dass es auch Identitäten abseits einer heteronormativen Vorstellung gibt und weisen darauf hin, dass die Gesellschaft anfängt differenzierter und auch inklusiver denkt.

Filme und Fernsehen sind dabei nach wie vor wichtige Medien, die zur Ausbildung von Identitäts- und Rollenkonzepten der Gesellschaft beitragen. In Anbetracht der heutigen Diversität innerhalb der Gesellschaft, ist es umso wichtiger, dass die Medien das widerspiegeln. Dass zum Beispiel eine Transwoman of Color eine der Hauptprotagonisten in einer Serie ist - die weltweit ausgestrahlt wird - hätten sich die Transfrauen, die vor 50 Jahren für die LGBTQI-Rechte bei Stonewall kämpften, wohl auch nie erträumen lassen. Die vorliegende Arbeit möchte deswegen die Darstellungen von Transgender Charakteren in Serien untersuchen.

2. Theoretischer Rahmen

2.1 Problemaufriss

Wie bereits im Untertitel der vorliegenden Arbeit erkennbar ist, geht es zentral um die Frage, welche Wirkungs- und Identifikationspotentiale die Darstellung von Transgender-Charakteren¹ in Serien haben. Die Frage nach der Wirkung beschränkt sich nicht nur auf Rezipient*innen², die selbst Transgender sind, sondern ist an das gesamte Publikum gerichtet. Es gilt zu hinterfragen, ob ein Gesamtpublikum tatsächlich erreicht werden kann. Auch Identitätsbildung und all die Teilbereiche davon sollten hier inklusiv und – wenn möglich – fern eines rein dichotomen Dispositivs betrachtet werden. In der kommunikationswissenschaftlichen Disziplin gibt es bereits zahlreiche Untersuchungen zur Darstellung von Frauen* und Männern* in Film und Fernsehen. In Hinsicht auf Transgender gibt es bisher aber kaum Ergebnisse. Zwar existieren Untersuchungen im psychologischen Feld, doch die Kommunikationswissenschaften beschäftigen sich noch nicht hinreichend mit der Variable Transgender. Der Bereich zwischen dieser heteronormativen Perspektive von Mann* und Frau* muss in Hinblick auf Repräsentation und Darstellung demnach noch gefüllt werden. Ergebnisse einer solchen Betrachtung könnten relevant für Wirkungsforschung wie auch Marktforschung sein.

¹ Für den Kontext der Magisterarbeit wird darauf hingewiesen, dass die Begriffe trans, transsexuell, transident und Transgender ausgewählt wurden, um die Diskussion zu diesem Thema zu vereinfachen. Für all jene, die sich nicht mit diesen Labels identifizieren können, sei versichert, dass der Gebrauch dieser Begriffe in keiner Weise versucht, Personen zu schädigen. Noch versucht die Arbeit hier der Diskussion durch diese Eingrenzung ein Ende zu setzen, sondern vielmehr dazu anzuregen, gängige Definitionen, Konzepte und Labels in Frage zu stellen (vgl. Harrington 2016, S.4).

² Die Verwendung des Gendersternchens innerhalb der Magisterarbeit, beruht auf der von Steffen Kitty Hermann vorgeschlagenen Schreibweise des „Gender Gaps“. Die Schreibweise will dabei sowohl der queer-feministischen Kritik am Konzept der binären Geschlechterordnung gerecht zu werden, als auch den Zwischenraum der Geschlechter markieren (vgl. Herrmann 2003). Die Schreibweise mit Unterstrich „_i“ ist austauschbar mit der Anwendung des Gendersternchens. Besagter Stern wird sonst in Datenbanken verwendet, „um zu kennzeichnen, dass alle Wortformen mit beliebigen anschließenden Buchstaben und Zeichenketten bei der Suche mitberücksichtigt werden – also sozusagen Diversität auf Wortebene ermöglicht“ (Hohenstein 2019). Er kann daher auch als Endung verwendet werden bei Begriffen wie Mann* oder Frau*, um zu verdeutlichen, dass nicht nur Personen, die sich ihrem biologisch zugeschriebenem Geschlecht zugehörig fühlen, gemeint sind.

Die Fragestellung nach der Wirkung der seriellen Darstellung lässt sich in den Bereichen der Rezeptions- und Nutzungsforschung verorten. „Die Rezeptionsforschung untersucht zum einen, welche Medien und welche Medieninhalte genutzt werden und zum anderen, wie diese Medieninhalte wahrgenommen und interpretiert werden“ (Röben 2013, S.102).

Das Fernsehen stellt ein breites Angebot an Nutzungsmöglichkeiten auf, das folglich auch auf vielfache Art und Weise von Rezipient*innen wahrgenommen werden kann (vgl. Burkart, 2002, S.325 ff.). Gängige Konzepte der Rezeptionsforschung behandeln zudem diverse Wechselwirkungen im Sinne von Nutzung, Gratifikation, Dekodierungsprozessen und Interpretationsgemeinschaften. Zu Bedenken ist, ob Objektivierungen des Publikums vermieden werden können. Für die Marktforschung gilt es hingegen, das Medienchaos in der Kulturindustrie handhabbar zu machen. Aus eben genanntem Grund sucht die Marktforschung stetig nach Strategien zur Segmentierung der Zuschauer. Zugleich ist die Schwierigkeit, zufriedenstellende Mittel zur Einteilung von Zuschauer*innen in klar abgrenzbare Kategorien zu finden, offenkundig. Marktforscher*innen sehen sich mit einer immensen Eigensinnigkeit der Zuschauer*innen konfrontiert (vgl. Ang 2008, S.72 f.).

Nach bisherigen Ergebnissen der Massenkommunikationsforschung spielt das Fernsehen, unter vielen anderen Medien, eine wichtige Rolle in der Sozialisation. Themen, die als relevant für das öffentliche Interesse erachtet werden, setzt man im Fernsehen um. Ausschlaggebend für die Wirksamkeit sind nicht nur die Inhalte, sondern vor allem Rezipient*innen selbst und der Kontext, in der die Informationsaufnahme erfolgt. Serien bauen gerne auf Stereotypen und bekannten Schemata auf, da diese Inhalte unsere Kultur sind. In vielen Fällen verstärkt die medienvermittelte Realität, besonders mit ihrer erkennbaren Tendenz zur Herausstellung von Charakteren und spezifischen Verhaltensweisen, populäre Überzeugungen (vgl. Seel/Born 1984, S.91 f.). Dadurch, dass die Diskussion über Gender nun auch immer mehr Einzug in Alltagsdiskussionen findet, ist es umso wichtiger, zu untersuchen, wie abgebildete Stereotype auf Rezipient*innen wirken, da die Kommunikations- und Medienangebote des Fernsehens Anlässe zur Ausprägung von Emotionen bieten.

Oftmals haben Menschen auch das Bedürfnis, sich der eigenen Identität im Spiegel des normativen Selbstverständnisses anderer zu versichern. Trotz der Vielfalt der Rollen, die man in unterschiedlichen Lebenszusammenhängen spielt, versucht der*die Zuschauer*in eine Rolle einzunehmen, die an Anerkennung und Selbstachtung gebunden ist (vgl. Keppler

2010, S.114). Identitätskonzepte sind ohne kontinuierlichen Prozess kultureller und medialer Repräsentation nicht denkbar. Das Beziehungsgeflecht, aus dem die Genderdarstellung hervorgeht, ist beeinflusst von politischen und ökonomischen Interessen, sozialen Kontexten und Kontrollen von Identitätskonzepten (vgl. Bleicher 2013, S.47 f.). „Dabei bestehen insbesondere zwischen geschlechtsspezifischen Identitätsmodellen und jeweils bestehenden Machtkonstellationen Zusammenhänge, die auch auf mediale Vermittlungen basieren“ (Bleicher 2013, S.47). Geht man folglich davon aus, dass Medienbotschaften als mögliche Basis für die Konstruktion kollektiver und individueller Identitäten dienen, nehmen medial vermittelte Bilder von Geschlecht einen besonderen Stellenwert in der Identitätskonstruktion ein. Daher ist es von Bedeutung herauszufinden, welche Stellen Medien innerhalb der Identitätsbildung haben (vgl. Dorer 2002a, S.73).

2.2 Forschungsfragen

„Bei der Analyse sollten vor allem drei Probleme vergegenwärtigt werden: (1) die Flüchtigkeit des Gegenstandes (..), (2) die prinzipielle Endlosigkeit (...) der Analysearbeit und (3) der Mangel an einer universellen Methode“ (Mikos 2015, S.71). Letzterer hatte einen Pluralismus an Methoden zur Folge. Zu beachten gilt daher, dass es keinen Königsweg der Analyse gibt. Lediglich eine Systematik an Arbeitsschritten, die die Analyse vorantreibt, kann zu einer zweckmäßigen Lösung führen (vgl. Mikos 2015, S.71). Es bedarf einer „Operationalisierung, der Bestimmung von Hilfsmitteln für die Datensammlung und -auswertung sowie Überlegungen zur Darstellung der Analyseergebnisse“ (Mikos 2015, S.71). Die Operationalisierung dient dazu, einer grundsätzlich endlosen Analyse einen durchführbaren Rahmen zu geben, indem bestimmt wird, welche Leistungen in Bezugnahme auf das Erkenntnisinteresse erbracht werden müssen. Hierfür muss zunächst entschieden werden, welche Aspekte eines Films oder Serie relevant für die Analyse ist. Dazu müssen konkrete Fragestellungen ausformuliert werden, die durch das Wechselspiel von theoretischer Reflexion und Anschauung gewonnen werden (vgl. Mikos 2015, S.72).

Aus der ersten angestellten Recherche ergab sich die zentrale, konkretisierte Forschungsfrage:

F1: Welche Prozesse finden bei der Rezeption von Serien mit Transgender Charakteren statt?

Genauer ist damit gemeint, zu welchem Grad und aus welchen Gründen Rezipient*innen bei der Serienrezeption involviert sind und ob eine Identifikation mit den Charakteren stattfindet. Hierbei geht es vor allem um die Frage, ob die Rezipient*innen die Themen der Serie und Handlungsweisen der Charaktere reflektieren und inwiefern sie diese auf ihre eigene Lebenswelt beziehen. Um der Hauptfrage gerecht zu werden, ergaben sich weitere Subfragen, die sich als nützlich zur Beantwortung der Hauptfrage erweisen können. In diesem Zusammenhang mit Identität und Identitätsbildung werden Geschlecht und Gender als Teile dieser verstanden.

- **F2:** Welche Möglichkeiten zur Identitätsbildung bietet die Transgender Darstellung in Serien?
- **F3:** Auf welche Weise wird Geschlecht und Gender in einer Serie konstruiert?
- **F4:** Inwiefern übt die Konstruktion von Gender in Serien Einfluss auf die Identitätsbildung der Rezipient*innen?
- **F5:** Welche Unterschiede lassen sich in der Darstellung von Transgender Charakteren auf verschiedenen Distributionskanälen verzeichnen?

Aufbauend auf einem ausführlichen Theoretischen Rahmen zu medienökonomischen Grundlagen des Mediums Serie (Kapitel 2.3), Identitäts- und Geschlechterkonstruktion (Kapitel 2.4) und kommunikationswissenschaftliche Theorien zur Rezeption (Kapitel 2.5), folgt eine qualitative Fernsehanalyse (Kapitel 3.2), um diese zentralen Forschungsfragen zu beantworten.

2.3 Medienökonomische Grundlagen der Serie

Das Medium Fernsehen ist ein beständiger Begleiter im Alltag und Gegenstand zahlreicher Untersuchungen mit einer Vielzahl an diversen Interessensschwerpunkten. Für die Rezeption und Aneignung durch die Zuschauer*innen sind nicht nur die medialen Kommunikationsprozesse in der Analyse wichtig, sondern auch technische, ökonomische, politische wie auch juristische Strukturen (vgl. Mikos 2008, S.294). Ein medienwissenschaftlicher Fokus würde sich im Bereich von Werbeminutenverkauf und Relation von Marktanteilen, wie auch Absatz- und Beschaffungsmarkt aufhalten. Aus juristischer Perspektive sind Themen wie Urheber- und Wettbewerbsrecht von Bedeutung. Kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen konzentrieren sich hingegen auf Fernsehnutzungsverhalten, Wirkungsforschung oder auch auf Medienwirkung im Allgemeinen, nur um einige Themen zu nennen. Dies soll vor allem hervorheben, wie breitgefächert das Thema Fernsehen ist und dass es verschiedene Ansätze gibt, dieses Medium zu untersuchen (vgl. Bock 2013a, S.381). Denn „[e]s ist unbestreitbar, dass die Fernsehlandschaft und die Fernsehindustrie sich in den letzten Jahren dramatisch verändert haben. Dies beinhaltet auch Veränderungen in der Produktionskultur von Fernsehformaten und –genres“ (Simons 2013, S.395).

Wie bereits in Kapitel 2.1 verdeutlicht, konzentriert sich die vorliegende Arbeit auf eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive, die zudem kultur- und filmwissenschaftliche Einflüsse berücksichtigt. Das folgende Kapitel fokussiert sich dabei zunächst auf die medienökonomischen Grundlagen einer Serie.

„Drei Dinge, die im engen Zusammenhang mit dem Fernsehen stehen, werden dabei immer wieder aufgegriffen: Produktion, Vermarktung und Rezeption“ (Bock 2013a, S.381). Die Fernsehforschung wird jedoch vermehrt durch die Verbreitung digitaler Technologien und des Internets beeinflusst, aus denen sich neue Wahrnehmungsmodalitäten für die Zuschauer*innen ergeben (vgl. Sudmann, 2017, S.71), weswegen die oben genannten Punkte im Folgenden noch mit einem Einblick in die Charakteristika, Distribution und Medienkonvergenz ergänzt werden.

2.3.1 Charakteristika

Um später vertiefend auf den Untersuchungsgegenstand Serie einzugehen die Frage beantworten zu können, in welchem Ausmaß diese ihre Wirkung entfaltet, muss zunächst geklärt werden, was eine Serie ausmacht.

Zunächst unterscheidet man im Fernsehen zwischen „fiktionaler und non-fiktionaler“ (Mikos 2008, S.262) Unterhaltung. Diese Kategorien können zahlreiche unterschiedliche Formate umfassen, die von Programmen genutzt werden, um eigene Schwerpunkte zu setzen und sich gegeneinander zu profilieren (vgl. Trebbe/Schwotzer 2010, S. 74). Trebbe und Schwotzer (ebd.) unterscheiden im Bereich der fiktionalen Unterhaltung drei Kategorien: Kino- und TV-Filme, Serien und Zeichentrickserien und –filme. Die vorliegende Arbeit befasst sich ausschließlich mit fiktionalen Serien, deren Definition im Laufe dieses Kapitels folgt.

Die serielle Unterhaltung ist nun ein weit verbreitetes Phänomen der Massenmedien, dessen Angebot sich über den Printbereich als auch audiovisuelle Formate erstreckt (vgl. Schlütz 2016, S.12f). „Serien sind also typische mediale Inhalte, die wiederholt (kontinuierlich, periodisch, aber auch unregelmäßig) erscheinen“ (Schlütz 2013, S. 13).

Nach Schlütz (2016, S.12) entfaltet sich die Wirkung der Serialität am besten im Medium Fernsehen, da die wiederholenden Erzählungen den Fernseh-Flow optimal einbeziehen und das Strukturprinzip des Fernsehens, die Periodizität der Serie eingliedert.

Dies wird durch Hickethiers Untersuchungen unterstützt, aus denen hervorgeht, dass „die periodische oder serielle Angebotsstruktur (...) [dazu führt], verstärkt fiktionale Serien zu produzieren und zu senden“ (2012, S.197). Relevant für die vorliegende Arbeit sind Hickethiers (2012, S.198f) Ausführungen zu den Kategorien Fortsetzungsgeschichte, Serie mit abgeschlossener Folgenhandlung, Reihe und langlaufende Serie.

Die *Fortsetzungsgeschichte* ist nach Hickethier (2012, S.198) durch ihre Mehrteiligkeit und der Fortsetzung der Handlung von Folge zu Folge gekennzeichnet. Besonderes Merkmal ist die Verknüpfung der Folgen. Denn meistens wird zum Ende einer Folge ein Spannungshöhepunkt aufgebaut, der kurz vorher jedoch abgebrochen wird. Mit einem Verweis auf „Fortsetzung folgt“ sollen die Zuschauer*innen, dazu verleitet werden, bei der

Fortsetzung erneut einzuschalten, um die Auflösung der vorbereiteten Situation zu sehen. Dieses Prinzip kennt man meistens von südamerikanischen Telenovelas wie *Yo Soy Betty la Fea* – auf der die in der vorliegenden Arbeit untersuchte Serie *Ugly Betty* basiert – die über einen langen Zeitraum hinweg eine Geschichte erzählt. Als *Serie mit abgeschlossenen Folgenhandlungen* gilt eine Serie, bei der jede Folge eine in sich geschlossene Handlung aufweist. Typischer Handlungsverlauf ist, dass es einen Konflikt als Ausgangssituation gibt, der in der Folge beseitigt wird, so dass letztlich der harmonische Ausgangszustand wiederhergestellt wird. Das Bindeglied zwischen den Folgen stellt das immer gleiche Personal, der im wesentlichen gleichbleibende Ort und gleiche Zeit dar. Diese Form der Serie ist vorrangig bekannt aus den Genres der Krimi- und Westernserien, da sie prinzipiell endlos produzierbar sind. *CSI* mit seinen diversen Ablegern (*CSI: Miami*, *CSI: NY*, *CSI: Cyber* etc.) ist ein Beispiel für solch eine Seriengattung.

Des Weiteren führt Hickethier (2012, S.199) über die *Reihe* aus, sie sei als eine systematische Fortführung der Serie mit abgeschlossener Handlung zu verstehen. Auch hier gibt es abgeschlossene Folgen mit dem Unterschied, dass einzelne Folgen oftmals nur mit gleicher Eingangssequenz verbunden sind. Der Zusammenhalt der einzelnen Folgen ist nur lose gestaltet und findet sich beispielsweise in der Umsetzung der Fernsehreihe *Tatort* wieder. Die untersuchten Serien (*Ugly Betty*, *Glee* und *Orange Is The New Black*) in der vorliegenden Arbeit können der Kategorie der *langlaufenden Serie* zugeordnet werden. Die *langlaufende Serie* gilt als Synthese der vorangegangenen Formen. Einerseits ist sie auf die Zukunft hin offen gehalten wie die *Reihe*, andererseits bedient sie sich an Elementen der *Fortsetzungsgeschichte*. Diese Art von Serie bedient sich mehrerer Handlungsstränge, die nacheinander aber auch parallel zueinander verlaufen können. In der Regel wird hier mit sogenannten *cliff hangers* gearbeitet, die den Zuschauer auf die Fortsetzung gespannt machen und somit eine Bindung an die Serie herbeiführen.

Schlütz (2016, S.13) definiert eine Serie dagegen folgendermaßen:

„Eine Fernsehserie ist eine mehrteilige Abfolge abgegrenzter, aber miteinander verbundener (fiktionaler) Fernsehfilme. Durch die Verknüpfung der einzelnen Episoden auf formaler, inhaltlicher und struktureller Ebene entsteht eine kontinuierliche Erzählung mit offener Narrationsstruktur.“

Die *formale Ebene* ist nach Schlütz (2016, S.14ff) dadurch gekennzeichnet, dass einzelne Episoden über den Ausstrahlungsrhythmus verknüpft sind, welcher durch einen spezifischen und regelmäßigen Sendeplatz Wiedererkennungswert garantiert. Andere

formale Merkmale sind eine gemeinsame Erkennungsmelodie oder der gleiche Vorspann. Eine *inhaltliche* Verknüpfung kann durch Kontinuität von Handlungen, Schauplätzen und Personen erreicht werden. Bedeutend für soziale wie auch räumliche Gemeinschaften der wiederkehrenden Charaktere sind feststehende Orte als auch deren Beziehungen zu anderen Personen der Serie. Eine *strukturelle* Verbindung manifestiert sich laut Schlütz (ebd.) anhand des spezifischen narrativen Aufbaus der Serie, wobei die Verknüpfung weitgehend unabhängig davon ist, ob die Serie fortlaufend oder episodisch angelegt ist.

Den Begriff der Fernsehserie konkret einzuordnen, spiegelt die Schwierigkeit, den Gegenstand richtig zu fassen, wieder. Zwar soll eine Definition nach Möglichkeit offen formuliert sein und so möglichst viele Aspekte der Serie zusammenfassen, dass sie praktisch anwendbar bleibt. Doch andererseits darf sie nicht zu allgemein oder abstrakt formuliert sein, sodass alles dem Fernsehen entspringende unter dem Serienbegriff einzuordnen ist (vgl. Bock 2013b, S.34f). Eine weitere Definition für den Serienbegriff finden wir bei Keppler (1995, S. 85):

„[Serien] beziehen ihre Wirkung vor allem aus der Wiederholung bekannter Elemente. Diese Repetition ist für den Zuschauer keineswegs verdeckt oder verschleiert, im Gegenteil, sie ist offensichtlich und soll es auch sein. Denn ein wesentlicher Teil des Vergnügens, das diese Serien ihren Betrachtern bieten, entsteht gerade aus der Vertrautheit der Fernsehzuschauer nicht nur mit den Serienfiguren, sondern auch mit den im wesentlichen gleichbleibenden Situationen, in denen diese agieren, also mit dem gleichbleibenden Erzählschema einer Serie.“

Diese Aussage ist jedoch differenziert zu betrachten, da sie einige Vorstellungen beinhaltet, die mittlerweile antiquiert sind und nicht den aktuellen Trends des Fernsehprogramms und TV-Trends entsprechen. Heutzutage erwarten Zuschauer*innen ein abwechslungsreiches Erzählen, denn spannende, neue Geschichten sind ein wichtiges Motiv für die Rezeption (vgl. Bock 2013b, S.35f).

2.3.2 Produktion

Die Fernsehproduktion ist zunächst als betrieblich organisiertes System verstehen. Dieses befasst sich mit der Herstellung von Sendungen, die dann von Fernsehsendern zu einem Programm zusammengestellt werden. Dabei versteht man unter Programm den Zusammenhang „vieler, fast immer unterschiedlicher Produkte, die in einer zeitlichen Abfolge an einem einheitlichen Ort Zuschauern als Angebot präsentiert werden“ (Hickethier 2012, S.209). Diese endfertigen Produkte werden in der Regel auf einem materiellen Träger gespeichert, an die Abnehmer übergeben und weisen Merkmale eines privaten Gutes auf. Auf dieser Wertschöpfungsstufe liegen entsprechend wenige ökonomisch relevanten Besonderheiten vor (vgl. Zabel 2009, S.40). Geht man jedoch weiter in die Tiefe, ergeben sich zahlreiche Faktoren, die in die TV-Produktion miteinfließen. Zum einen schafft das Programm eine aktuelle Einfügung des Produktes in „eine laufend sich verändernde Angebotsstruktur, [...]bindet es auf spezifische Programmplätze und ordnet das Produkt in Sparten und Ressorts ein, die ihrerseits wiederum eigenständige Traditionen entwickeln“ (Hickethier 2012, S.203). Zum anderen stellt das Programm für das Publikum einen „direkt wahrnehmbaren Kontext für das einzelne ästhetische Produkt dar, der das einzelne Produkt umgibt“ (Hickethier 2012, S.209). Weswegen in der Gliederungsstruktur einer Produktion Begriffe wie Programmplanung, Programmstruktur und Programmschema von großer Bedeutung sind.

Programmplanung kann als eine Kombination aus Wissenschaft, Kunst und Intuition gesehen werden. Denn es ist stets eine Herausforderung an die Verantwortlichen, vorhandenes Wissen und Erfahrung mit dem Sinn für Trends zusammenzuführen, um die Zuschauer*innen-Präferenz zu beeinflussen, trotz dem Zugang zu Daten aus Programm- und Marktforschung (vgl. Koch-Gombert 2010, S. 181).

Die darauffolgende *Programmstruktur* spielte am Anfang des Mediums Fernsehen nur eine geringe Rolle, da es nur wenige Programme gab. Mit der Verbreitung des Fernsehens stieg auch die Zahl der Programme und deren Umfang wurde immer wichtiger. Programme spezialisierten sich und entwickelten einen spezifischen, für den betroffenen Sender typische Ästhetik, die sich auch als Corporate Identity beschreiben lassen könnte, um sich von anderen Sendern zu unterscheiden. Ziel war es, durch die Platzierung den anderen Sendern Konkurrenz zu machen und die Zuschauer*innen zu beeinflussen (vgl. Hickethier

2012, S.24). Denn die Platzierung der Programmpunkte in einem zeitlichen Kontinuum determinieren das Nutzungsverhalten des Publikums. Durch eine strukturierte Anordnung wird die Kontinuität der Programmstruktur suggeriert, die wiederum die Orientierung der Rezipient*innen erhöht, wodurch das Risiko eines Senderwechsels minimiert wird. Dies führt wiederum zur angestrebten Zuschauer*innen-Bindung.

Innerhalb des *Programmschemas* wird nun ein Zeitraster festgelegt, in dessen Programmplätzen die gleichen Genres und Sendungen zur Ausstrahlung gelangen. Die Sendezeit und die Aufteilung derer auf die unterschiedlichen Programmgestaltungen wird für eine Woche festgelegt und repräsentiert im Grunde das Programmkonzept des jeweiligen Senders (vgl. Koch-Gombert 2010, S.181f). „Das Programmschema ist [somit] ein direktes Wettbewerbsinstrument und zugleich Dreh- und Angelpunkt der jeweiligen Programmphilosophie und programmlichen Ziele der einzelnen Sender“ (Karstens/ Schütte 2013, S.129). Wie die Zusammenstellung für einen Sender erfolgt, ist abhängig davon, welchen Auftrag dieser erfüllen soll, auf welcher ökonomischen Grundlage er basiert und welches Nutzungsverhalten der Zuschauer*innen angestrebt wird (vgl. Karstens/ Schütte 2013, S.130).

Der Erfolg einer Serie wird hier entweder über die Einschaltquote, was dem prozentualen Anteil der erreichten Haushalte bei einer Sendung entspricht, bestimmt oder über den Marktanteil, der den Anteil der durchschnittlichen Sehdauer der Bevölkerung einer Sendung beschreibt (vgl. Koch-Gombert 2010, S.182). Im Vorhinein eine genaue Kalkulation des Publikumerfolgs einer bestimmten Programmierung zu treffen, ist nicht möglich, denn trotz aller Strategien bleiben Rezeptionsgewohnheiten des Publikums gewissermaßen unberechenbar. Um jedoch das Risiko einer falschen Programmierung zu minimieren, hat sich eine starke Formatierung der Programmstrukturen entwickelt, bei der die Konkurrenz mitberücksichtigt wird (vgl. Koch-Gombert 2010, S.192).

Aufgrund der oben genannten Faktoren, die die Serienproduktion massiv beeinflussen, hat diese im Rahmen ihres klassischen Systems einige Dynamiken entwickelt, die an der Schnelligkeit der Industrie und deren Vertriebskanäle ausgerichtet sind (vgl. Dellwing 2017, S. 119). Denn dadurch, dass die *Networks* des US-amerikanischen Marktes überwiegend werbefinanzierte Programme anbieten (vgl. Bock 2013: S. 44), hat sich die Notwendigkeit entwickelt, die Serienproduktion strukturell an jene Werbeplatzierungen anzupassen. Das betrifft insbesondere den Aufbau der Serialität und der Episode (vgl. Dellwing 2017: S. 119). Gerade diese Werbeunterbrechungen zerstören die Geschlossenheit und Spannungsentwicklung der angelegten Handlungsstränge, weshalb aus dem Programm mehr oder weniger ein Fluss aus Fragmenten entsteht (vgl. Hickethier 2012, S. 212).

2.3.3 Vermarktung

Im vorangegangenen Kapitel wurde bereits betont, wie wichtig die Programmplanung für die Produktion einer Serie ist. Eine erfolgreiche Planung kann aber nur Erfolg erzielen, wenn sie strategische Entscheidungen mit anderen Abteilungen des Fernsehsenders koordiniert. Es muss eine optimale Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Redaktionen, dem ökonomischen Bereich, der Vermarktung, der Marketingabteilung wie auch der Medienforschung gewährleistet werden (vgl. Koch-Gombert 2010, S.189). Schließlich beabsichtigen die Fernsehsender durch die Programmplanung „werberelevante Zielgruppen anzusprechen, um höchstmögliche Werbeminutenpreise verlangen zu können“ (Bock 2013b, S.49). Die Planung und Platzierung der Programme soll demnach so gestaltet sein, dass für die Werbewirtschaft ein adäquates und interessantes Umfeld für Werbesendungen entsteht (vgl. Koch-Gombert 2010, S.189). Für die Fernsehserie lässt sich folglich in eine kulturelle und eine ökonomisch-finanzielle Sphäre teilen. Besonders für den Vermarktungskontext ist es wichtig die Serie als Ware zu begreifen, die einerseits möglichst gewinnmaximierend produziert und vertrieben werden soll, und andererseits aber ansprechend genug sein muss, um die Rezipient*innen zu binden (vgl. Bock 2013b, S.47f).

Das klassische Finanzierungsmodell lässt sich in Werbe- und Transaktionsfernsehen unterscheiden. Das Werbemodell ist im Grunde das uns bisher bekannte Finanzierungsmodell, bei dem über den Verkauf der Aufmerksamkeit der Zuschauer an Werbekunden Gewinn erwirtschaftet wird (vgl. Dellwing 2017, S.55). Es soll folglich ein möglichst großes Publikum in der präferierten Zielgruppe erreicht werden, das dann an die Werbetreibenden weitergegeben wird (vgl. Dellwing 2017, S.83). Zu diesem Zwecke wird der Inhalt dem Publikum kostenlos angeboten, um daraufhin die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen an Werbende weiterzuverkaufen (vgl. Dellwing 2017, S.55). Für die Vertriebe liegt das Hauptaugenmerk auf der Gewinnung der Werbepartner, denn „die Einnahmen des Kanals kommen hier aus der Werbewirtschaft, und alle Ausgaben, die der Vertriebskanal für Inhalte aufwenden, sind damit Ausgaben für ein Zwischenprodukt“ (Dellwing 2017, S.55).

Neben dem Werbemodell beschreibt Dellwing (2017, S.55) noch das Transaktionsmodell, das im wesentlichen den Verkauf der Inhalte oder vielmehr den Zugang zu den Vertriebskanälen an das Publikum meint. Das bedeutet, die Kund*innen sind vertraglich an Kabel- oder Satellitenfernsehen gebunden, wobei der Zugang hierzu monatlich abgerechnet wird. Die Zahlungen an den Sender erfolgen dabei auf direktem Wege oder über Mittler, die in den meisten Fällen Kabel- oder Satellitengesellschaften sind.

Die Besonderheiten der Produktion und der Vermarktung wirken sich auf die Gestaltung und Rezeption der Serien aus. Insbesondere mit Blick auf *Netflix* und *Amazon Video*, die *Subscription Video on Demand (SVoD)* bzw. *Video on Demand (VoD)* anbieten, gilt es zu beachten, in welchem neueren Kontext Serien nun stehen bzw. inwiefern diese neuen Vertriebsformen Einfluss auf die klassische Struktur der Serie haben, was im folgenden Kapitel vertiefter betrachtet werden soll.

2.3.4 Distribution

Die Rahmenbedingungen des Medium Fernsehens haben sich während der letzten Jahre enorm verändert. Technologische Entwicklungen brachten neue Produkte und Distributionswege hervor (vgl. Ebert 2010, S.165). Neben Produktion und Vermarktung ist die Distribution ein elementarer Bestandteil des Fernsehens, was oft unterschätzt wird. Die Distribution ist mitunter Verantwortlich für die Lieferung und zugleich Produktion der Programminhalte. Sie bestimmt im Wesentlichen die Umstände, unter denen der Konsum dieser Inhalte stattzufinden hat. Dabei reguliert die Distribution die Märkte und instrumentiert die Belieferung derselben (vgl. Moran 2009, S.12). Damit steht sie im Zentrum der „Vernetzung der verschiedenen Produkte auf den unterschiedlichen Ebenen der Wertschöpfungskette“ (Göttlich 2001, S.76).

Wie im vorherigen Kapitel 2.3.3 beschrieben, finanzieren sich Networks wie auch Kabelsender, wenn auch diese nicht nur hauptsächlich, aus Werbeeinnahmen. Doch das traditionelle Fernsehen sieht sich mit zwei Gefahren konfrontiert. Zum einen gerät das Werbemodell zunehmend ins Wanken, da es durch die heutige Technik einfach möglich ist, Werbung zu überspringen (vgl. Auletta 2014). Zum anderen wird die Möglichkeit des Streamings bedrohlicher für das traditionelle Fernsehen, da sich die Zuschauer*innen auf Grund der neuen Distributionswege zunehmend mehr vom linearen Fernsehen abwenden (vgl. Auletta 2014). Denn die neuen Technologien bieten einen einfachen Zugang zu *Video on Demand (VoD)* an, das einen individuellen Zugang zu einer virtuellen Sendungsbibliothek darstellt, deren audiovisuelle Inhalte zeitunabhängig von den Zuschauer*innen gesehen werden können (vgl. Zabel 2009, S.81).

Das beschreibt im Grunde auch wesentlich, was die zunehmende Popularität des VoD-Services gegenüber dem linearen Fernsehen ausmacht: Zeit, Inhalt und Ort werden vom Rezipient*innen selbst gewählt. In diesem Zuge wird nun auf die Distributionskanäle *Netflix* und *Amazon Video* eingegangen, da diese wichtige Rollen im globalen Kontext der neueren Serienproduktion, -vermarktung und -distribution einnehmen.

Netflix

„Netflix startete 1997 als Online-DVD-Verleih in den USA und wurde sukzessive zum weltweit führenden Streaming-Portal von Serien, Filmen und Dokumentationen ausgebaut“ (Heeke 2017). In den USA bekannt geworden dafür, dass es Inhalte präsentierte, die zuvor in Kinos oder im Fernsehen liefen, ist *Netflix* mittlerweile in 190 Ländern vertreten und bietet

seine Dienste auf 20 verschiedenen Sprachen an. Alleine auf dem US-amerikanischen Markt sollen 70 Millionen Haushalte die Streamingdienste in Anspruch nehmen (vgl. Heeke 2017). 2007 verkündete *Netflix* in das Online-Streaming Geschäft einzusteigen (vgl. Jenner 2014: S. 257), was dem Streaming-Portal bis 2010 16 Millionen Kunden einbrachte (vgl. Heeke 2017). Doch damit begnügte sich *Netflix* nicht, weswegen der Streaming-Dienst seit 2014 eigenproduzierte Serien anbietet (vgl. Jenner 2014, S. 257).

Aufgrund seines Geschäftsmodells muss sich das Unternehmen nicht im traditionellen Sinne an Werbetreibende mit dem Angebot von Werbeplatzierungen verkaufen, sondern kann sich direkt an die Abonnent*innen selbst wenden. Die Vermarktung geschieht hier über diverse Kanäle, sei es online, über das Fernsehen oder auch Radio. In Verbindung mit dem Marketing des Streaming-Dienstes bietet *Netflix* eine einmonatige Gratismitgliedschaft an (vgl. Jenner 2014: S. 262). Doch für den Erfolg des Streaming-Dienstes ist es nach wie vor essentiell, bestehende Kooperationen aufrechtzuerhalten und zu erweitern, wie auch neue Partner dazuzugewinnen. Denn neben der eigenen Offensive ist der Konzern immer noch auf Lizenzverträge mit klassischen Medienkonzernen angewiesen (vgl. Heeke 2017). Schließlich bezieht der Konzern nach wie vor Inhalte von verschiedenen Studios und anderen Anbietern über gebührenpflichtige Lizenzen, Umsatzbeteiligungen und direkt Einkäufen (vgl. Jenner 2014, S. 262).

Was *Netflix* zudem von traditionellen Programmanbietern unterscheidet, ist die Tatsache, dass die Programminhalte des Streaming-Dienstes keiner festgesetzten Programmstruktur unterliegen. Ted Sarandos, *Netflix*' Chief Content Officer, sagt selbst „I don't care if you watch our shows Wednesday night at 8 p.m. or Sunday morning at 10 a.m. Yet others will spend more money trying to get you to watch their shows at a particular time than they'll spend on the show itself“ (Sarandos zitiert nach Curtin 2014, S.136f).

Dabei kann Netflix dank komplexer Algorithmen präzise dokumentieren was, wann und wie lange gesehen wurde. Das ermöglicht dem Unternehmen, relativ genau vorhersagen zu können, welche Genres und Genre-Kombinationen für die Nutzer*innen besonders attraktiv sind. Die eigene Serien-Produktion kann entsprechend danach ausgerichtet werden (vgl. Heeke 2017).

Was den Konzern zusätzlich von anderen Streaming-Anbietern unterscheidet, ist die Veröffentlichung kompletter Staffeln. Statt den sonst üblichen Pilotfolgen gibt es nun Pilot-Staffeln. Treue Zuseher*innen werden sowohl mit tiefgreifender Figurenentwicklung als auch unerwarteten Handlungswendungen während der gesamten Staffel belohnt, ohne fürchten zu müssen, dass die neue Lieblingsserie aufgrund von schlechten Quoten frühzeitig eingestellt wird. (vgl. Landau 2016, S. 133).

Das Verhältnis zwischen der traditionellen Fernsehindustrie und *Netflix* bleibt angespannt. Die Fernsehsender müssen sich um rückläufigen Quoten und Werbeeinnahmen sorgen, während *Netflix* weiterhin eine aggressive internationale Expansionspolitik umsetzt. Ärgerlich scheint vor allem der Umstand zu sein, dass der Konzern keine Einschalt- bzw. Streamingquoten vorlegt, denn bis auf die Plattform-Betreiber selbst weiß keiner wie viele Personen eine Serie dort tatsächlich streamen. Das Unternehmen argumentiert, Quoten seien von keiner Relevanz, da das Geschäftsmodell nicht auf den Verkauf von Werbezeit, sondern von Abonnements ausgelegt sei (vgl. Heeke 2017).

Ein weiterer Streaming-Dienst, der in jüngst zunehmend an Bedeutung gewinnt, ist *Amazon Video*. *Amazon Video* und *Netflix* sind beides *Subscription Video on Demand (SVoD)-Anbieter* und können folglich unabhängig von Werbetreibenden agieren. Die jeweiligen Geschäftsmodelle ähneln sich zwar, sind jedoch im Grunde verschieden. *Netflix* ist allen voran ein Medienunternehmen während *Amazon* dagegen primär noch immer ein Handelsunternehmen ist (vgl. Landau 2016, S.132).

Amazon

Angefangen als Online-Buchhändler, entwickelte sich *Amazon* zum größten Versandhandel der Welt. Seit 2013 versucht *Amazon* das eigene Geschäft zu diversifizieren und zeitgleich die Premium-Mitgliedschaft *Amazon Prime* zu bewerben. Aus diesem Grunde agiert es seither auch als Medienkonzern. Das Unternehmen steckt große Summen in aufwändig produzierte Medieninhalte, zu denen Serien und Filme gehören, die über den eigenen *VoD*-Dienst vertrieben werden. Mit dem Streaming-Dienst *Amazon Video*, der seit 2016 unabhängig von einer *Prime*-Mitgliedschaft ist, versucht *Amazon* mit *Netflix* in Konkurrenz zu treten. Anders als *Netflix*, präsentierte *Amazon* im April 2013 selbstproduzierte Serien nicht als Gesamtpaket, sondern es wurden 14 Pilotfolgen jeweiliger neuer Serien vorgestellt, über die die Zuschauer*innen mittels Online-Fragebogen abstimmen durften. Erst nach

Auswertung des Fragebogens wurde entschieden, welche Serien *Amazon* zur vollständigen Serie ausbauen wird. Eines der erfolgreichsten Serien-Projekte ist *Transparent*, die als erste Streaming-Serie 2015 mit einem *Golden Globe* ausgezeichnet wurde (vgl. Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) 2017).

Was *Amazon* außerdem von *Netflix* unterscheidet, ist die Quantität der angebotenen Inhalte. Ausgehend vom Stand 2016 sind auf *Amazon Video* viermal so viele Filme wie beim Konkurrenten *Netflix* verfügbar: genauer gesagt 18000 zu 4000 (vgl. Stolworthy 2016). Wie sein Hauptkonkurrent verweigert auch *Amazon Video* Auskünfte über mögliche Quoten. Nichtsdestotrotz zahlen sich nicht alle kreativen Bemühungen für die Produzenten aus. Die eigens produzierte Serie *Alpha House* und *Betas* wurde zum Beispiel bereits abgesetzt. Ob die Einstellung der Serien an schlechten Quoten (gemessen durch interne Metrik), schlechten Kritiken, negativer Aufnahme seitens der Zuseher*innen oder zu hohem Produktionsaufwand lag, ist reine Spekulation, solange keine Zahlen an die Öffentlichkeit dringen. In diesem Sinne folgt *Amazon Video* der traditionellen TV-Produktion mit einem Trial-and-Error Modell (vgl. Landau 2016, S.127).

Wechselwirkungen zwischen neuen und alten Plattformen

Diese neuen Distributionswege führen zu einem individualisierten Konsum fern der linearen Programmstruktur des Fernsehens. Die herkömmlichen Fernsehsender passen sich diesem Verhalten an, in dem wie *Netflix* und *Amazon Video*, Inhalte auf eigenen Streaming-Portalen zur Verfügung stellen. Doch im Umkehrschluss lässt sich feststellen, dass sich die neuen Distributionskanäle gewissermaßen den alten anpassen oder vielmehr Praktiken derer nachahmen. *VoD*-Plattformen ermöglichen den Zuschauer*innen, gesamte Staffel ohne Unterbrechungen zu sehen und ahmen auf diesem Wege typische Programmstruktur des Fernsehens nach, bei der es darum ging, einen Flow zu erzeugen, um die Aufmerksamkeit des Publikums möglichst lange an einen Sender zu binden. In Bezug auf *VoD* spricht man bei solch einem Verhalten von *binge watching* (vgl. Mikos 2016, S. 160).

2.3.5 Rezeption

Ausgehend von den bisher beschriebenen Erkenntnissen darüber, dass sich die Distributions- und Vermarktungswege der Fernsehproduktion verändert haben, ist davon auszugehen, dass sich auch die Rezeptionspraktiken verändert haben. Werbeeinnahmen stellen zwar noch immer eine wichtige Einnahmequelle der Serienproduktion dar, weswegen eine quantitative Zuschauer*innenforschung von Interesse ist. Jedoch gewinnen Nischenmärkte zunehmend an Bedeutung, da heutzutage eine flexiblere Nutzung stattfindet, was zur Folge hat, dass ein großes Publikum für Werbetreibende kaum greifbar ist. Demnach müssen sich die Methoden der Rezipient*innenforschung den gegenwärtigen Umständen anpassen, hin zu einer qualitativen Forschungsmethode, um das neuere Rezeptionsverhalten erfassen zu können. Um die komplexen Prozesse der aktuellen Rezeption begreifen zu können, müssen bei der Konstruktion der Erhebungsmethode Kontexte wie Produktion, Vermarktung und Rezeption beachtet werden (vgl. Bock 2013a: S. 392). Doch nicht nur diese müssen in die Rezipient*innenforschung miteinbezogen werden. Denn die drei Phasen in der Geschichte der Zuschauer*innenforschung sind ebenso von Bedeutung. Gemeint sind die Wirkungsdebatte, Uses-and-Gratifications-Phase und die Bewegung hin zu einem kulturwissenschaftlichen Ansatz (vgl. Simons 2013, S. 295). Dies sind wichtige Faktoren für den Aufbau der vorliegenden Arbeit, die versucht, diese Kontexte miteinander in Relation zu setzen um anschließend eine Analyse durchzuführen.

Im Kontext der neueren Distributionswege können die Fernsehinhalte die Zuschauer*innen auf mehr Wegen und oftmals besseren erreichen (vgl. Mikos 2016, S.159). Vorteile der neuen Streaming-Portale sind, dass sie jede Sekunde der Zuschauer*innen-Erfahrung messen können. Die Codes, die hinter den Portalen stecken, sind so präzise gestaltet, dass sie Fehler beim Streaming auf die Sekunde rückverfolgen können – ohne Materialeinsicht und das innerhalb von Stunden nach dem der Inhalt bereitgestellt wurde. Sie stellen somit eine der effizientesten Wege zur Qualitätssicherung dar (vgl. Sarandos zitiert nach Curtin 2014, S.136). Die Programme liefern demnach zwar exakte Zahlen in kürzester Zeit, jedoch ist die Wirkung der Inhalte durch diese Zahlen allein nicht bestimmbar. Die Fernsehindustrie ist sich der Veränderung der Rezeptionspraktiken durchaus bewusst, „sie nutzt sie in ihren ökonomischen Aktivitäten und reibt sie durch ihre Produktionen planhaft voran“ (Dellwing 2017, S.190). Wie die Zuschauer*innen es schlussendlich auf- bzw. wahrnehmen, ist dennoch ein kaum kontrollierbarer Prozess. Denn es kommt individuell zu unterschiedlichen

Lese-Verträgen, die bestimmten genrespezifischen Regeln und Konventionen folgen, die wiederum spezifische Konfliktfelder generieren (vgl. Ganz-Blättler, 2008, S.285). Diese Lese-Verträge werden zudem von der Rezeptionssituation, Vorerfahrungen der Zuseher*innen mit anderen Medientexten und beeinflusst durch soziale Bezugsgruppen (vgl. Bock 2013b, S. 82).

Wie zuvor schon erwähnt, finden nicht nur strukturelle Veränderung in der Fernsehproduktion statt, auch inhaltliche Veränderung sind festzustellen, die sich wiederum auf das Nutzungsverhalten auswirken. Obwohl das konventionelle Fernsehen noch immer dominiert, sehen immer mehr Nutzer_innen Filme und Serien asynchron und autonom. Ihr verändertes Nutzungsverhalten geht Hand in Hand mit den zahlreichen Angeboten, die zu einer intensiven Rezeption einladen. Das bereits genannte Phänomen des *binge watching* ist eben ein Resultat daraus, dass sowohl die Narrative der Serien als auch die Figuren an Komplexität dazu gewinnen. Diese Komplexität verleiten die Zuschauer_innen dazu, in das umfassende Erlebnis des *binge watching* einzutauchen. Eine solche Intensivität des Fernsehkonsums von komplexen Serien benötigt einen hohen Grad an emotionaler und kognitiver Partizipation auf Seiten des Publikums. (vgl. Mikos 2016, S.159f).

2.3.6 Medienkonvergenz

„In summary, digital convergence is happening in the industry, in the device, in the network, as well as in the realm of services. As a result, consumers will soon be expecting to access video content and video-related applications from anywhere using any device at any time.“ (Paul 2011, S.36)

Die klassische Wertschöpfungskette der Fernsehproduktion hat sich verändert. Heutzutage gewinnt die Delinearisierung immer mehr an Bedeutung. Das heißt nun, dass die produzierten Inhalte nicht mehr nur für die klassischen Kanäle verbreitet werden. TV-Programme sind über ein breites Spektrum an Plattformen, Kanälen und Geräten zugänglich (vgl. de Posch/ Englert 2008: S. 167). „Der Prozess der Digitalisierung hat den Fernsehinhalt vom Fernsehbildschirm losgelöst“ (Simons 2013: S. 399). Formale als auch inhaltliche Veränderung des Fernsehprogramms, sowie die Entwicklung programmbezogener Inhalte, Aktivitäten und sozialen Interaktion hatten zur Folge, dass das Fernsehen sich von einem passiven zu einem aktiven Prozess gewandelt hat, der überall und jeder Zeit stattfinden kann (vgl. Simons 2013, S.399f).

Wie Zuschauer*innen mit Inhalten umgehen, kann nur ansatzweise erfasst werden, indem das gesamte Spektrum an Aktivitäten in die Analyse der Fernsehnutzung miteinfließt. Die empirische Forschung gestaltet sich zunehmend schwieriger wegen der sich stetig verändernden Medienlandschaft. Da das Publikum vielfältiger und fragmentierter ist als bisher bekannt, muss die Zuschauer*innenforschung auf allgemeine Schlussfolgerungen über das Publikum als Ganzes verzichten (vgl. Simons 2013: S.410f).

Am meisten profitieren die Kund*innen aus der Annäherung des Fernsehens mit dem Internet. Sie entscheiden selber in welchem Nutzungsmuster, sie sich bewegen wollen. Die Kund*innen können entweder eine passive Rolle einnehmen und sich fremd gesteuerten, jedoch in der Breite wirksamen Inhalten widmen oder sich für eine aktive Rolle entscheiden und Inhalte selbstbestimmt, orts- und zeitunabhängig konsumieren. Auch die Werbung wird in diesem Zusammenhang immer angepasster und womöglich in ihrer personalisierten Form als wertvolle Information mit Neuigkeitswert empfunden (vgl. Adam 2008, S.67).

Die Digitalisierung und Delinearisierung zeigt nicht nur Wirkung auf Fernsehinhalte, sondern auch verstärkt im Bereich der Werbung, da sich Werbetreibende mehr auf bestimmte Zielgruppen spezialisieren anstatt auf ein Massenpublikum, das als solches nicht mehr existiert, erreichen zu wollen. Dieser Trend muss sich auch in der Publikumsforschung

widerspiegeln. Die vorliegende Arbeit versucht diesem neuen Prinzip Folge zu leisten, indem die Forschungsfrage durch weitere Subfragen weiter spezifiziert und das Untersuchungsmaterial anhand bestimmter Kriterien weiter eingegrenzt (fortlaufende, wöchentliche, fiktionale Serie aus dem Genre Dramedy mit wiederkehrenden Transgender Charakteren) wurde. Im Sinne Simons (2013, S.411) soll ein Einblick in die Beziehungen und Interaktionen des Publikums mit den Medientechnologien zum jetzigen Zeitpunkt gewonnen werden. Deshalb wird im Folgenden Kapitel 2.4 zuerst auf den Kontext der Zuschauer*innen und ihrer Identitätsbildung eingegangen. Erst im zweiten Schritt später wird diese in Relation zur Wirkungsforschung in Kapitel 2.5 gesetzt.

2.4 Identitätskonstruktion und –Bildung

Theorien zur Identitätsbildung werden in der Kommunikationswissenschaft bisher noch vernachlässigt, wenn es um die Frage der Medienselektion geht. Vielmehr entsteht der Eindruck, dass der Begriff Identität als selbsterklärend gilt und bei der Medienwahl als selbstverständlich eingestuft wird (vgl. Trepte 2004, S.232). Dabei ist das mediale Angebot an Performanzen, Fiktion und Lebensmodellen höchst komplex. Bedingt durch ihre Reichweite und dauerhaften Verfügbarkeit übermitteln Medien kontinuierlich eine breite Angebotsfläche, die sich stets weiterentwickelt und neu erfindet. Das Fernsehen übernimmt aufgrund seiner Popularität und Bildmacht eine zentrale Rolle in der gegenwärtigen Medienlandschaft ein und dient als Vermittler von Lebensmodellen, Identitätskonzepten und Geschlechterdifferenzen (vgl. Bleicher 2013, S.49). „Diese besondere Popularität und das große Funktionspotenzial des Fernsehens basiert auf seiner Angebotskomplexität, der dauerhaften Vermittlung durch den Programmfuss und seinem besonderen Dispositiv im Lebensumfeld der ZuschauerInnen“ (Bleicher 2013, S.49). Bevor jedoch darauf eingegangen wird, welche Rolle Medien, insbesondere das Fernsehen, für die Identitätsbildung der Zuschauer*innen spielt (siehe Kapitel 2.4), gilt es zu beantworten. Auch, was Identität ist und wie diese entsteht.

2.4.1 Bedeutung von Identität

Grundsätzlich gilt Identität als ein universelles Thema, das jede Person beschäftigt, die über eine persönliche Identität verfügt oder auf der Suche nach solcher ist (vgl. Müller 2011, S.26). Allgemein kann man Identität als Bewusstsein über das Selbst verstehen. Sie gibt dabei Antwort auf die Frage wer wir sind. (vgl. Lünenborg/ Maier 2013, S.45).

Angelehnt an Jürgen Habermas' Verwendung des Identitätsbegriffs lassen sich drei Stufen der Identitätsbildung feststellen. Jede Stufe muss dabei zuerst bewältigt werden, ehe man zur nächsten übergeht. Auf der ersten Stufe löst sich das Kleinkind aus der symbiotischen Beziehung zur Umwelt und fängt an, zwischen dem eigenen Körper und der Umgebung zu unterscheiden. Interaktionen verfügen innerhalb dieser Stufe noch über keinen symbolischen Charakter. Intentionales Verhalten und Erwartungshandlungen werden nur das Empfinden von Lust und Unlust bestimmt (vgl. Müller 2011, S.53). Erst im folgenden Entwicklungsprozess des Kindes, was die zweite Stufe bildet, „wird die natürliche Identität

durch die Übernahme von Rollen und Normen vorerst der Bezugsperson und später auch der anonymen Interaktionspartner durch eine symbolisch gestützte Rollenidentität überformt“ (Müller 2011, S.53). Anhand stabiler Verhaltenserwartungen ist es dem Kind nun möglich sich in seiner*ihre sozialen Welt zu verorten. In der dritten Stufe, der Adoleszenzphase, hält die konventionelle Identität der Kindheit nicht mehr Stand. Der*Die Jugendliche unterscheidet nämlich zum einen Normen und zum anderen Grundsätzen der Normenerzeugung. Diese Differenzierung ermöglicht es Kritik an bestehenden Normen auszuüben, da diese nicht mehr ohne Überprüfung angenommen werden. Indem Jugendliche ihren autonomen Willen nutzen und Situationsdefinitionen wechselseitig aushandeln, lernen sie kommunikatives Handeln (vgl. Müller 2011, S.53). Größter Unterschied zwischen der zweiten und „der dritten Stufe besteht darin, dass das Individuum nun nicht nur in der Lage ist, auf die Frage, „wer es ist“, sondern auch auf die Frage, „wer es sein will“ (Müller 2011, S.53), zu antworten. In der letzten Phase bildet sich nämlich der Wunsch nach Gestaltungsfreiheit in Bezug auf das eigene Leben und Selbstverwirklichung aus. Die Identität des Individuums im Erwachsenenalter bewährt sich dadurch, indem diese*r fähig bleibt neue Identitäten aufzubauen und zeitgleich die überwundenen in die eigene Lebensgeschichte zur integrieren (vgl. Müller 2011, S.53).

Schließlich hören die Wechselwirkungen der Ich-Identität mit den Rollenerwartungen der sozialen Welt nie auf. Die Identität ist demnach nichts Starres, sondern sie wird stets an neuen Erfahrungen gemessen vom Ich und den Anderen eingestellt. Alte Muster können beispielsweise noch nicht ganz überwunden sein, und dennoch passt das Individuum die Identität an neue Umstände und Ziele an. Was wiederum zur Folge hat, dass Außenstehende einen womöglich auf andere Weise identifizieren als man selbst. Das lässt sich jedoch schnell lösen, indem man zeigt, wer man ist und wie man von den Anderen gesehen werden möchte (vgl. Abels 2010, S.289f).

Geschlecht ist hier eine der großen sozialen Kategorien, welche die Identität stabilisieren können und mit Hilfe derer sich Personen der Welt präsentieren. Denn welchen Platz man in der Welt einnimmt, wird oftmals darüber definiert, zu welchem Geschlecht man sich zugehörig fühlt. Dementsprechend wird in der Geschlechterforschung der Begriff Geschlechteridentität relevant (vgl. Lünenborg/Maier 2013, S.45). In diesem Zusammenhang bedeutet Identität „immer auch eine Geschlechtsidentität, die die unterschiedlichsten Komponenten von Sexualität und Geschlecht vereint“ (Jensen 2013,

S.159). Was unter Sexualität und Geschlecht verstanden wird, versucht das folgende Kapitel begrifflich einzugrenzen.

2.4.2 Geschlecht, Gender und sexuelle Orientierung

Bevor wir jedoch auf Geschlechteridentitäten eingehen können, müssen zunächst grundlegende Begrifflichkeiten, die im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit verwendet werden, geklärt werden. Anhand von Benennung und Definition, setzen wir unweigerlich Grenzen, die bestimmte Personen ein- oder auch eher ausschließen. Für einige Menschen ist es jedoch von Bedeutung, sich ihrer eigenen Identität bewusst zu werden, indem sie selbst eine Zugehörigkeitsgruppe benennen und definieren (vgl. Siebler 2012, 79).

Geschlecht

Der Begriff Geschlecht beinhaltet heutzutage mehrere Bedeutungsebenen. Beispielsweise enthält das „grammatikalische Geschlecht (...) die binäre Klassifikation weiblich/männlich, ist mit Sexualität konnotiert sowie mit geschlechtsspezifischen sozialen Identitäten“ (Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.7) verbunden. Zu beachten gilt, dass im deutschen Sprachgebrauch der Begriff Geschlecht das biologische Wissen, kulturelle Normen und gesellschaftliche Konventionen beinhaltet (vgl. Orland 2017, S.70). In Anlehnung an den englischen Gebrauch, wird folgend eine Unterscheidung zwischen „Sex“ und „Gender“ vorgenommen, um die Differenz zwischen biologischer und soziokultureller Komponente zu verdeutlichen (vgl. Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.7).

Auch Judith Butler (vgl. 2014, S.15) – eine der Hauptvertreter*innen der Gender Studies – betont, dass „Sex“ das biologische Geschlecht meint, während „Gender“ die gesellschaftlich und kulturell bedingten Identitätskonzepte zu den Kategorien „weiblich“ und „männlich“ beinhaltet. Grundlegend für die Gender Studies ist hier, dass davon ausgegangen wird, dass Geschlecht und Sexualität keine natürlichen Gegebenheiten darstellen, sondern fortlaufend diskursiv hergestellt werden (vgl. Loist/ Kannengiesser/ Bleicher 2013, S.7).

Bisher etablierte Formen der Zweigeschlechtlichkeit und deren Konstruktion anhand eines biologischen Unterschieds werden zunehmend auch aus biologisch-medizinischer Perspektive kritisiert. Denn neuere Untersuchungen verweisen zum Beispiel auf eine Pluralität der Geschlechter³ (vgl. Richthammer 2017, S.59).

Geschlecht (Sex) ist demnach nicht nur binär zu betrachten. Das vermeintlich biologische Geschlecht, über das man Personen bisher versucht hat zu definieren, ist insofern obsolet. Aussagen wie zum Beispiel „Frauen besitzen die Fähigkeit zu gebären“ marginalisiert und exkludiert hier nicht nur Frauen*, die unfruchtbar sind, sondern verletzt trans und intersex Personen (vgl. Harrington 2016, S.13).

Gender

Gender nicht einfacher zu verstehen als Sex, da die Geschlechtsidentität ein komplexer Sachverhalt ist, „dessen Totalität ständig aufgeschoben ist, d.h. sie ist an keinem gegebenen Zeitpunkt das, was sie ist (Butler 2014, S.36)“ und wird zudem stets erworben (Butler 2014, S.166). Denn die Geschlechteridentität, die man annimmt oder auch zugewiesen kommt, ist oftmals nur Resultat der sozialen Interaktionen, bei denen vermeintlich geschlechtstypische Verhalten definiert werden. Dabei sollten sich Menschen vielmehr auf das eigene Gefühl und geschlechtliche Selbsterleben als männlich, weiblich oder auch anders, beziehen (vgl. Schweizer/ Brunner 2013, S.231). Denn selbst wenn das anatomische Geschlecht sich eindeutig in der Binartität verorten lässt, gibt es keinen Anlass zur Annahme, dass es ebenfalls nur zwei Geschlechtsidentitäten geben muss (vgl. Butler

³ Definiert man Geschlecht (sex) über die Chromosomen, die ein Mensch besitzt, so besagt das gängige Wissen, dass Männer* XY und Frauen* XX Chromosomen besitzen. Dabei vernachlässigt man jedoch die große Bandbreite an möglichen Chromosomalen Varianten und intersexuelle Konditionen. Die meisten Personen verfügen zwar über XX oder XY, es gibt jedoch auch Varianten wie XXY, X0 oder XX0, was eine eindeutige Zuordnung des Geschlechts unmöglich macht. Versucht man Geschlecht über primäre Geschlechtsmerkmale zu definieren, muss man auch hier feststellen, dass keine Eindeutigkeit gibt. Schließlich können diese Merkmale von Mensch zu Mensch variieren. Dabei können diese bereits von Geburt an gegeben sein oder aufgrund einer medizinischen Kondition sich verändert haben (vgl. Harrington 2016, S.11). Speziell bei intersex Personen wird klar, dass eine Zuordnung des Geschlechts über biologische Merkmale nicht ausreichend ist. Intersexuelle sind Menschen, deren Geschlechtsorgane oder Chromosomen nicht der typischen Definition von Männlich und Weiblich entspricht. Intersex bezeichnet hier jedoch weder die sexuelle Orientierung noch die Geschlechteridentität. Intersexuelle Merkmale können sich zu unterschiedlichen Zeitpunkten im Leben eines Menschen ausbilden. Zum Beispiel kann es vorkommen, dass erst in der Pubertät durch das Auftreten sekundärer Geschlechtsmerkmale klar wird, dass die Person intersex ist, weil diese Merkmale des anderen Geschlechts anfängt auszubilden. Oder es wird erst später bei der Fortpflanzung bekannt, dass interne Gonade andere als erwartet sind (vgl. Harrington 2016, S.13).

2014, S.23). Denn die „Annahme einer Binarität der Geschlechteridentität wird implizit darüber hinaus von dem Glauben an ein mimetisches Verhältnis zwischen Geschlechtsidentität und Geschlecht geprägt, wobei jene dieses widerspiegelt oder anderweitig von ihm eingeschränkt wird (Butler 2014, S.23)“. Wenn man also laut Butler (vgl. 2014, S.23) das Gender unabhängig vom Geschlecht (Sex) denkt, wird die Geschlechtsidentität selbst zu einem freischwebenden Akt. Begriffe wie „weiblich“ und „Frau“ können folglich ebenso einen weiblichen und männlichen Körper bezeichnen, wie umgekehrt die Kategorie „männlich“ und „Mann“.

Der deutsche Gebrauch von Gender wird den tatsächlichen Ausprägungen von Geschlechteridentität noch immer nicht ganz gerecht. Besser wäre es hier, wie im angloamerikanischen Raum zwischen *assigned gender* (das Geschlecht, das einem nach der Geburt zugeordnet wird), *gender expression* (wie wir unser Gender nach außen vermitteln), *perceived gender* (wie Andere uns wahrnehmen) und *gender identity* (wie wir uns selbst sehen) zu unterscheiden (vgl. Harrington 2016, S.9).

Sexuelle Orientierung

Ein gängiger Irrtum ist es, all jene Begriffe, die bisher genannt und definiert wurden, miteinander zu verschmelzen und gleichzusetzen. Deshalb ist es der vorliegenden Arbeit insbesondere wichtig, klarzustellen, dass Geschlecht, Gender und sexuelle Orientierung zwar miteinander verbunden sind, sich aber nicht automatisch bedingen müssen. Die Geschlechtsidentität und sexuelle Orientierung sind nicht aus dem biologischem Geschlecht herausgegeben. Genauso wenig wie die sexuelle Orientierung Rückschlüsse auf die Geschlechtsidentität einer Person zulässt.

Sexuelle Orientierung bezieht sich in der engeren Bedeutung lediglich auf die bevorzugte sexuelle Partnerwahl. *Heterosexualität* bezeichnet zum Beispiel die Orientierung auf Menschen des anderen Geschlechts. *Homosexualität* meint die Orientierung auf Menschen des gleichen Geschlechts. Die Schwachstelle bei dieser Art von Definitionen ist, dass das Geschlecht nicht genauer definiert wird und es folglich unklar bleibt, welche Geschlechtsebene (sex oder gender) aufgefasst wird. Hinzukommt, dass bei diesen Definitionen außer Acht gelassen wird, welches Geschlechtsidentität die andere Person hat. *Bisexualität* stellt hier innerhalb des binären Geschlechterkonstrukt eine inklusive

Orientierung dar, da damit eine Orientierung auf Menschen des sowohl eigenen als auch anderen Geschlechts gemeint ist. Will man jedoch fernab der Binarität die Partnerwahl eines Menschen definieren, so kann man von einer *pansexuellen* Orientierung sprechen. Gemeint ist hier, dass die Partnerwahl unabhängig von Körpergeschlecht und Geschlechtsidentität stattfindet⁴ (vgl. Schweizer/ Brunner 2013, S.231ff).

Was bedeutet nun all das für Transgender-Personen? Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die Geschlechtsidentität des Individuums nicht zwingend Folge des bei der Geburt zugeordneten Geschlechts ist. Transgender-Individuen weisen zwar eindeutige körperliche Merkmale eines Geschlechts auf, sind jedoch der Überzeugung, dem anderen, nicht durch den eigenen „Körper repräsentierten Geschlecht anzugehören, während die Gesellschaft das soziale Geschlecht aus dem biologischen Geschlecht ableitet“ (Jensen 2013, S.156).

Wenn man also von Transgender redet, muss man auch Cisgender definieren. Hiermit sind lediglich Individuen gemeint, deren assigned gender auch ihrer Geschlechtsidentität entspricht (vgl. O'Shea 2016, S.203). Alle Begrifflichkeiten zu fassen ist ein unmögliches Unterfangen, da stets neue voneinander abweichende Definition dazu kommen (vgl. Carrera 2012, 1000).

Fernab davon, wie eine Person das eigene Geschlecht (Gender) und Orientierung definiert, ist klar, dass die Geschlechteridentität maßgeblich beeinflusst, wie die Gesellschaft und auch das Gesetz mit diesen Personen umgeht. Gleichzeitig muss auch klar werden, dass die Gesellschaft maßgeblich das gelebte Geschlecht beeinflusst.

⁴ Die sexuelle Orientierung von transgender und intersexuellen Personen mit hetero- und homosexuell zu beschreiben, erweist sich als ungeeignet. Bei intersex Personen ist die Frage, „wie ihr maßgebliches Geschlecht auszuwählen sei. Und bei Transsexuellen, ob ihr Geschlecht vor oder nach der Geschlechtsumwandlung zugrunde gelegt wird“ (Jensen 2013, S.157). Aus diesem Grunde wäre die Anwendung der Begriffe androphil, gynäköphil und amphiphil angebracht, die respektive die Orientierung auf Männer, Frauen und auf Frauen sowohl als auch Männer bezeichnet. Dabei wird gleichzeitig das Geschlecht der Person selbst nicht ausgewiesen (vgl. Jensen 2013, S.157). Dies ist nämlich jeder Person selbst überlassen ob und wie sich diese der Welt präsentiert.

2.4.3 Geschlecht als soziales Konstrukt

Wie im vorherigen Kapitel hervorgegangen ist, ist es falsch, anzunehmen, dass nur zwei Geschlechter existieren, dass jede Person sich einem dieser Geschlechter zuordnen lässt und dass die Geschlechtszugehörigkeit von Geburt an feststeht und unveränderbar ist. Eine differenzierte Betrachtung legt nahe, dass man sich mit Konzepten der sozialen Konstruktion von Geschlecht auseinandersetzen sollte, um zu verstehen, inwiefern die soziale Wirklichkeit ein Ergebnis historischer Entwicklungsprozesse ist und so fortlaufend zur Praxis der Konstruktion des Geschlechts beiträgt (vgl. Wetterer 2010, S.126). Geschlecht ist folglich kein Merkmal, das ein Individuum für immer besitzt, sondern es wird stets durch neue soziale Interaktionen hergestellt, bei denen alle Interaktionspartner beteiligt sind (vgl. Heß 2010, S.19). Auf mögliche Interaktionspartner wie Medien, insbesondere das Fernsehen, wird im Kapitel 2.5 eingegangen.

Ernst (vgl. 2002, S.35) erachtet die soziale Konstruktion von Geschlecht als den Verzicht auf eine generelle Kategorie, die sich auf übergeordnete, soziale Ausformungen zur Geschlechterkategorie bezieht. „Das heißt, Geschlecht wird nicht als metaphysisch vorgegebene menschliche Differenz verstanden, deren aktuelle und historische Deutungen variable Varianten einer menschlichem Sein zugrunde liegenden vorgesellschaftlichen Zweigeschlechtlichkeit darstellen“ (Ernst 2002, S.35). Des Weiteren versteht man bei der sozialen Konstruktion den Verzicht auf einer biologisch begründeten Determination der Geschlechterkategorie, worauf sich kulturelle Deutungszuschreibungen beziehen ließen. Die Ausdifferenzierung von körperlichen und kulturellem Geschlecht erübrigt sich (vgl. Ernst 2002, S.35). „[D]ie Entwicklung der geschlechtlichen Ausstattung menschlicher Körper wird vielmehr ebenso wie ihre Deutung als sozialer Prozess des Aushandelns und Entscheidens für eine herrschaftskritische Untersuchung zugänglich“ (Ernst 2002, S.35).

Nimmt man nun wie Butler (vgl. 2014, S.166) an, dass die Kategorie „Mann“ nicht unweigerlich die kulturelle Konstruktion des männlichen Körpers, und die Kategorie „Frau“ nicht unbedingt den weiblichen Körper referenziert, hat das zur Folge, dass unterschiedliche Geschlechteridentitäten, fern der geschlechtlichen Dichotomie, ausgebildet werden können. Dies denkt sie weiter:

„Wenn die Geschlechtsidentität etwas ist, was man wird – aber nie sein kann –, ist die Geschlechtsidentität selbst eine Art Werden oder Tätigkeit, die nicht als Substanz oder als substantielles Ding oder als statische kulturelle Markierung aufgefasst werden darf, sondern eher als eine Art unablässig wiederholte Handlung. Ist die Geschlechtsidentität weder ursächlich als Ausdruck an das anatomische Geschlecht gebunden, dann ist die Geschlechtsidentität eine Art Tätigkeit, die sich potentiell jenseits der binären Schranken, die die scheinbare Binarität der Geschlechter (binary of sex) setzt, vervielfältigen kann“ (Butler 2014, S.167).

Im Grunde bedeutet das, dass die gültigen gesellschaftlichen Geschlechterordnungen Individuen zwingen, ihre Geschlechterkörper und -identitäten entlang von vorgegebenen Strukturen, Normen und Interaktionsmustern zu leben. Diese jedoch überschreiten, mehr oder weniger frei gewählt, die vorgegebenen Strukturen und definieren sie wiederum für sich selbst neu (vgl. Ernst 2002, S.37).

Wenn man jedoch entlang der gesellschaftlichen Strukturen und Interaktionsmustern lebt, bedeutet das für das Individuum, eine geschlechtsbezogene Darstellung über Stimme, Gestik und Aussehen zu bieten, die das erwartete Geschlecht bestätigt (vgl. Heß 2010, 39). Dies fasst man unter *doing gender* zusammen, was im nächsten Kapitel näher erläutert wird. Dabei beschränkt sich diese Form der Performanz nicht nur auf Personen, die sich dem sozialen Konstrukt der Zweigeschlechtlichkeit fügen.

Denn durch die komplexen Prozesse der Fremd- und Selbstpositionierungen und Bedeutungszuschreibungen konstruiert und rekonstruiert das Individuum Geschlecht und Geschlechterdifferenzen, die dann in der sozialen Wirklichkeit wiederum als natürlich gegebene Differenzen angenommen werden (vgl. Dorer/ Klaus 2008, S.94 f.).

Es ist also von Bedeutung immer „wieder einen Blick auf das symbolische System der Zweigeschlechtlichkeit [zu]werfen und in einem zweiten Schritt genau darauf [zu]achten, welche Kriterien Hinweise auf die Konstruktion eben dieses Systems geben“ (Heß 2010, S.39).

Demnach muss hinterfragt werden, auf welche Weise Geschlecht immer wieder neu hergestellt wird und welche Mechanismen erkennbar sind. Hinzu kommt, dass das System der Heteronormativität als Gesamtes in Frage zu stellen ist (vgl. Dorer/ Klaus 2008, S. 95). Wie können die Kategorien Identität, Geschlecht und Sexualität „als eine symbolische Ordnung generierende „heterosexuelle Matrix“ (...) eine derart umfassende Wirkmächtigkeit entfalten (...) und damit zusammenhängend (...) diese Heteronormativität nun auch veränder[n]“ (Dorer/ Klaus 2008, S.95). Zunächst wird jedoch anhand *doing gender* (Kapitel 2.4.4) festgestellt, wie geschlechterbezogene Interaktionsmuster herausgebildet werden.

2.4.4 *doing gender*

Im vorangegangenen Kapitel wurde festgehalten, dass Gender gesellschaftlich konstruiert ist. In diesem Kapitel soll nun darauf eingegangen werden, mit welchen Mitteln die Geschlechterkonstruktion stattfindet.

Der Alltag eines Menschen stellt stets neue und komplexe Anforderungen, die es zu bewältigen gilt. Mitglieder der Gesellschaft können diesen Anforderungen größtenteils nur gerecht werden, indem sie auf vorreflexive Handlungs- und Interaktionspraxen zurückgreifen. Im Grunde heißt das, dass Menschen täglich dazu gezwungen sind, Situationen und Ereignisse zu interpretieren und nach adäquaten Handlungsmöglichkeiten suchen. Um all jene Anforderungen zu meistern, greifen sie auf ein routiniertes Verhaltensrepertoire zurück. Die Auswahl muss spontan und situationsadäquat erfolgen, um die Handlung für die anderen Interaktionspartner*innen nachvollziehbar machen zu können (vgl. Riegraf 2010, S.66). „Dabei greifen alle (...) auf gemeinsam geteilte soziokulturelle und institutionalisierte Wissensbestände zurück, ohne sich dessen immer unbedingt bewusst zu sein“ (Riegraf 2010, 66).

Das Konzept von *doing gender* stammt aus der interaktionstheoretischen Soziologie und zielt darauf ab, Geschlecht und Geschlechtszugehörigkeit nicht als Merkmal von Individuen zu betrachten, sondern soziale Prozesse in Blick zu nehmen, in denen Geschlecht als soziale Unterscheidung hervorgebracht und reproduziert wird. Das Konzept wurde zudem vor dem Hintergrund von soziologischen Analysen zur Transsexualität entwickelt. Geschlecht wird hier als Element betrachtet, das in sozialen Situationen entsteht (vgl. Gildemeister 2010, S.137). Gemeint ist, dass Geschlecht „sowohl das Ergebnis wie auch die Rechtfertigung verschiedener sozialer Arrangements sowie ein Mittel, eine der grundlegenden Teilungen der Gesellschaft zu legitimieren“ (Gildemeister 2010, S.137).

Für die Menschen selbst ist die Kategorisierung durch andere insofern wichtig, als dass es unmöglich ist, eine eigene Identität zu bilden, die keinerlei Bezug zu Geschlechtskategorien nimmt. Hinzu kommt, dass Verhalten entlang der gesellschaftlich auferlegten Normen üblicherweise positive Reaktionen hervorruft. Diese Reaktionen können größtenteils das eigene Befinden steigern und als Wertschätzung, worauf Individuen üblicherweise großen Wert legen, interpretiert werden. Damit die gewünschte Zuordnung zu erzielen, üben die Menschen eben besagtes *doing gender* aus. Hierbei greift man auf eine breite Palette an Attributen zurück, die neben Eigenschaften und Verhaltensweisen auch körperliche Merkmale beinhaltet. Um überzeugendes *doing gender* zu präsentieren, muss das Verhalten dann auch situationsabhängig angepasst werden (vgl. Fleischmann 2016, S.30).

Das Merkmal, welches am einfachsten ins Auge sticht, ist der Körper. Doch was genau lässt sich davon ableiten? Gewöhnlich nicht der nackte Körper; somit fällt die Kennzeichnung durch primäre Geschlechtsorgane weg. Von Interesse ist der bekleidete, kulturell geformte Körper. Kleidung ist nur eine der Dimensionen der kulturellen Ausformung. Andere Dimensionen wäre zum Beispiel die Art wie jemand sein* ihr Haar trägt, Benutzung von Kosmetika oder auch die Art, wie man den Körper bewegt. (vgl. Meuser 2010, S.129). Um Diskrepanzen zu vermeiden, versuchen die Menschen sich so zu verhalten, dass das eigene Geschlecht eindeutig ausgedrückt und von anderen erkannt wird. Hinzu kommt, dass erwartet wird, dass die Handlungen des Gegenübers ebenfalls adäquat interpretiert werden.

Deswegen ist die Schauseite bei der Herstellung von Geschlecht so wichtig. Die Darstellung muss nämlich selbstevident sein, denn nach der Geschlechtszugehörigkeit zu fragen, stellt einen Normbruch dar (vgl. Gildemeister 2010, S.140). Gildemeister betont, dass die Akteur*innen für die initiale Kategorisierung verantwortlich sind, denn „entsteht dabei keine Irritation, dann kann praktisch jede Äußerung dahin gewendet werden, die einmal getroffene Zuordnung zu unterstützen“ (Gildemeister 2010, S.140).

In alltäglichen Begegnungen basiert demnach die Geschlechtszuschreibung nicht auf anatomischen Merkmalen, wie primäre Geschlechtsorgane, sondern es wird durch die Performanz von gendertypischen Merkmalen, umgekehrt auf die anatomischen Geschlechtsmerkmale geschlossen (vgl. Riegraf 2010, S.68). Dabei ist zu beachten, dass die dargestellten Attributionsmuster bis zu einem gewissen Grad flexibel sind. Frauen können demnach als unweiblich gelten, da sie sich männliche Attribute aneignen – wie zum

Beispiel kurze Haare – doch das macht sie aber noch nicht zu Nicht-Frauen (vgl. Gildemeister 2010, S.140).

Damit *doing gender* also funktioniert, wird vorausgesetzt, dass alle Gesellschaftsmitglieder mehr oder weniger reflektiert die Geschlechtszuschreibung beherrschen, lesen und erkennen können (vgl. Riegraf 2010, S.68). Dieser „zweigeschlechtliche Erkennungsdienst ist auf symbolische Prozesse, wie Kleiderordnung, räumliche Trennung oder Tätigkeitszuweisungen angewiesen, anhand dessen Männer oder Frauen eindeutig identifizierbar sind“ (Riegraf 2010, S.68). Für Transgender Person bedeutet das, dass sie die gesellschaftlich auferlegten Geschlechtergrenzen radikal überschreiten. Sie machen sichtbar „welche Selbstverständlichkeiten in der Interaktion von Gesellschaftsmitgliedern einfließen und welche Voraussetzungen nötig sind, um sich als Mann oder Frau darstellen zu können und als Mann oder Frau von den anderen Gesellschaftsmitgliedern erkannt zu werden“ (Riegraf 2010, S.66). Doch fürchten sie auch oft Fehler in der Darstellung der angestrebten Geschlechtszugehörigkeit begehen und sich somit zu „verraten“, weswegen Geschlecht für Transpersonen zu einem Dauerthema wird, dem sie sich nicht entziehen können (vgl. Gildemeister 2010, S.140).

Das anatomische Geschlecht nimmt hier eine besondere Rolle ein, da viele Transgender Personen häufig berichten, dass ihr Körper nicht zu der eigenen Geschlechteridentität passt. Dies führt bei vielen zu dem Wunsch nach einer operativen Anpassung der anatomischen Geschlechtermerkmale. Man sieht also welche hohe kulturelle Bedeutung dem Körper als geschlechtliche Sinnressource zukommt (vgl. Meuser 2010, S.129). „Als Mann bzw. als Frau können sich die meisten Menschen nur fühlen, wenn sie einen ‚männlichen‘ bzw. einen ‚weiblichen‘ Körper haben“ (Meuser 2010, S.130). Meuser (vgl. 2010, S.139) folgert, dass Transsexuelle einen Normalisierungstribut entrichten, indem durch eine operative Angleichung die Inkongruenz zwischen Körper und Geschlecht gelöst wird, was wiederum die gesellschaftliche Geschlechterordnung weiter stützt.

Man muss jedoch beachten, dass Transgender keine einzelne, homogene Gruppe ist. Transfrauen⁵, Transmänner, binary und non-binary Transsexuelle, genderqueere und genderfluide Personen zählen alle dazu. Spezifische Identitäten und Benennungen können variieren und sich ändern je nach Individuum, Zeit, Ort und reaktiv zu oppressiven Lebensumständen. Es gibt Personen, die sich selbst in der kulturellen Binartität positionieren und von einem Körpergeschlecht zum anderen „transition“⁶ wollen. Es gibt eben jedoch auch non-binary Personen, die sich weder dem einen Geschlecht noch dem anderen zugehörig fühlen und sich selber vielmehr als „fluid“ sehen, weshalb für diese eine Geschlechtsangleichung keine Rolle spielt. Wichtig ist hier, dass jede Erfahrung ist individuell und kein universeller Indikator ein. Und obwohl Transgruppen heterogen sind und die Zugehörigkeit nicht fixiert ist, eint die Mitglieder das Gefühl der Marginalisierung innerhalb der traditionellen, cisgender Gesellschaft (vgl. O'shea 2016, 203).

⁵ Transfrauen sind Personen, die nach der Geburt als männlich in das Geburtenregister eingetragen wurden und deren Geschlechtsidentität die einer Frau* ist. Die englische Bezeichnung hierfür ist Male-to-Female und wird mit MtF abgekürzt. Umgekehrt gilt gleiches für Transmänner, die Female-to-Male (FtM) sind.

⁶ Mit Transition ist hier die Angleichung des Geschlechts an die Geschlechteridentität gemeint. Diese Angleichung kann mithilfe von Hormontherapien und medizinischen Eingriffen erfolgen (vgl. Harrington 2016, S.27). Manche sagen, dass Transition bereits beginnt, sobald eine Person einen inneren Dialog anfährt und sich seiner*ihrer Identität klar wird. Andere wiederum sagen, dass man erst in Transition gilt, wenn man gesetzlich das Geschlecht umschreiben lässt oder wenn sogar erst medizinische Eingriffe vorgenommen werden (vgl. Harrington 2016, S.28). Letztlich gilt, ob sich eine Person in Transition befindet, definiert diese für sich selbst.

2.4.5 Heteronormativität

„Bei der genaueren Erforschung und Theoretisierung des Ineinandergreifens von Sexualität und Geschlecht wurde deutlich, dass diese Konzepte in komplexe gesellschaftliche Zusammenhänge der ideologischen Differenzierung und sozialen Abstufung eingebunden sind, die durchgängig von den verschiedensten logischen Brüchen und Unvereinbarkeiten charakterisiert werden. (...) Die kulturpolitische Hoffnung besteht darin, dass die Brüche instrumentalisiert werden können, um die vermeintliche Natürlichkeit des hierarchischen und bipolaren Gendermodells und der Zwangsheterosexualität ad absurdum zu führen und letztendlich abzuschaffen“ (Jensen 2013, S.159).

Gegenwärtig fordern vor allem intersexuelle und transgeschlechtliche Personen das binäre Körperschema heraus, indem sie sich „der Sozialordnung der Zweigeschlechtlichkeit und dem darin implizierten Körperversständnis zu verweigern versuchen“ (Meuser 2010, S.139). Meuser (vgl. 2010, S.139 f.) folgert daraus, dass eine Pluralisierung und Verflüssigung von Identitäten wie auch die Auflösung bisheriger sozialer und politischer Leitdifferenzen erfolgt. Insbesondere die Leitdifferenz von „männlich“ und „weiblich“ steht hier zur Disposition. Die sich daraus ableitende Dekonstruktion der dichotomen Geschlechterkörper hätten laut Meuser eine radikale Neucodierung zur Folge.

Trotzdem ist die geschlechtliche Ambiguität bei der Geburt nicht der einzige Weg auf dem die menschliche Diversität die binäre Weltanschauung übersteigt und ihre Grenzen aufzeigt. Solch eine Diversität präsentiert sich in einer Vielzahl an Fällen, bei denen die physischen Attribute nicht zu den gesellschaftlich, erwarteten Geschlechtermerkmalen passen. Es ist nicht unüblichen, Frauen* mit Gesichtsbehaarung oder tiefen Stimmen anzutreffen, wie auch Männer* mit besonders hohen Stimmen und wenig Körperbehaarung. Jeder Versuch, die binäre Annahmen logisch zu begründen, wirft doch viel mehr Fragen danach auf, ob zum Beispiel Frauen* in der Menopause weniger Frauen* sind. Oder Sind Männer*, die Brustkrebs haben, keine vollwertigen Männer*? Diese Fragen suggerieren doch vielmehr, dass Geschlecht als Prozess wahrgenommen werden sollte, unabhängig von rechtlichen, medizinischen und sozialen Kriterien (vgl. Carrera/ DePalma/ Lameiras 2012, S.998 f).

Der Begriff Heteronormativität meint in diesem Zusammenhang, die bisherige gesellschaftliche Übereinkunft Heterosexualität aufgrund der vermeintlich natürlichen Binarität der Geschlechter als Norm und Institution anzunehmen. Reproduktionsmechanismen, Vernetzungen und institutionelle Zwänge sorgen

insbesondere dafür, dass Heterosexualität als zeitlos und unveränderbar erscheint (vgl. Hark 2013, S.460). „Der Begriff der Heteronormativität zielt daher gerade auf die naturalisierte Objektivität und Systematizität von Heterosexualität, das heißt auf die Weisen, in denen Heterosexualität selbstverständlich als normale und unhinterfragte Praxis sozialen Lebens produziert wird“ (Hark 2013, S.460). Die Stabilität von Heterosexualität ist in keiner Weise ahistorisch und natürlich begründet. Vielmehr resultiert diese „aus dem Dispositiv kontinuierlich durchgesetzter und wechselseitig miteinander verschränkter, vielfältiger normativer, gesetzlicher, kultureller und sozialer Regulierungen, die die heteronormativ organisierte, zweigeschlechtliche symbolische Ordnung als das Medium der Verständigung über sexuelle und geschlechtliche Identität hervorbringt“ (Hark 2013, S.461). So gesehen gilt Heteronormativität als Norm und ist folglich unentrinnbar, sogar für all jene, die nicht heterosexuell leben (vgl. Hark 2013, S.461).

Laut Butler (vgl. 2014, S.38) muss damit der Eindruck entstehen, dass Geschlecht natürlich gegeben ist, zuvor muss eine Kohärenz und Kontinuität zwischen den Dimensionen des biologischen und sozialen Geschlechts wie auch der sexuellen Orientierung etabliert werden. Erst wenn diese Räder ineinandergreifen, bilden sie die Basis für die gesellschaftliche Heteronormativität. Denn „Akte, Gesten, artikulierte und inszenierte Begehren schaffen die Illusion eines inneren Organisationskerns der Geschlechteridentität (...), eine Illusion, die diskursiv aufrechterhalten wird, um Sexualität innerhalb des obligatorischen Rahmens der reproduktiven Heterosexualität zu regulieren“ (Butler 2014, S.200). Die besagte Kohärenz und Kontinuität kann demnach jedoch nie gänzlich erreicht werden. Jensen (vgl. 2013, S.152 f.) begründet es so, dass zum einen die Zeichen, die diese Dimensionen ausmachen, bereits inkohärent sind. Nimmt man als Fallbeispiel das soziale Geschlecht „Frau“, erkennt man, dass die Kategorie nicht für sich alleinstehen kann, sondern nur in Verbindung mit anderen Formen der sozialen Abgrenzung funktioniert. Konzepte wie „alte Frau“ greifen dabei auf bruchstückhafte Darstellungsmuster und Bedeutungszuschreibungen zurück. Zum anderen lässt sich keine Kohärenz zwischen den einzelnen Dimensionen bilden, da diese letztlich unverbunden bleiben. Schließlich resultiert das soziale Geschlecht nicht aus dem biologischen, genauso wenig wie Verlangen und Sexualität automatisch aus dem sozialen.

Dass die Gesellschaft negativ auf diejenigen reagiert, die unangebrachte Gendermerkmale präsentieren, wie Frauen mit Körperbehaarung oder Männer mit Make-Up, führt nur vor, dass das binäre Geschlechtersystem nicht nur unzureichend, sondern auch unterdrückend ist (vgl. Carrera/ DePalma/ Lameiras 2012, S.999).

2.4.6 Geschlechterstereotype

Unser Alltagswissen, über das wir Frauen* und Männern* unterschiedliche Eigenschaften zusprechen, beruht auf stereotypen Annahmen, wie sie sich zu verhalten haben (vgl. Richthammer 2017, S.48). Geschlechterstereotype sind nach Fleischmann (vgl. 2016, S.111 f.) die verschärfte Variante der gesellschaftlichen Normen und perpetuieren folglich Gender-Performanzen. Stereotype Charakterisierungen beziehen sich zum Beispiel auf körperliche Merkmale, Interessen und Vorlieben, Verhaltensweisen wie auch soziale Beziehungen.

Dabei enthalten diese Stereotype, feststehende Charakterisierungen von Gruppen und Personen, die zwar auf tatsächlich existierenden Merkmalen basieren, jedoch werden diese Eigenschaftszuschreibungen unhinterfragt als Gemeinsamkeiten aller Betroffenen ausgegeben.

Geschlechterstereotype sind als kognitive Strukturen zu verstehen, die sozial geteiltes Wissen über charakteristische Besonderheiten von Frauen* und Männern* beinhalten. Wie andere Stereotype (zum Beispiel Altersstereotype oder nationale Stereotype), gehören Geschlechterstereotype einerseits dem individuellen Wissen an, andererseits sind sie Kern eines konsensuellen, kulturell geteilten Verständnisses von den jeweils typischen Eigenschaften der Geschlechter. (vgl. Eckes 2010, S. 178). Besonders für die Geschlechterstereotype ist ihre duale Natur. Sie zeichnen sich zum einen durch deskriptive, zum anderen durch präskriptive Annahmen aus und „beinhalten dementsprechend konventionelle und universelle Annahmen über das herkömmliche Verhalten von Männern und Frauen sowie traditionelle Normvorstellungen hinsichtlich des selbigen“ (Fleischmann 2016, S.113).

Die deskriptiven Anteile von Geschlechterstereotypen beinhalten traditionelle Auffassungen darüber, wie Frauen* und Männer* sind, welche Merkmale sie haben und wie sie sich verhalten. Frauen* „sind“ verständnisvoll und emotional, während Männer* als dominant und zielstrebig charakterisiert werden. Nicht entsprechende Performanzen zu diesen Annahmen führen oftmals zu Verwirrungen und überrascht die meisten Menschen. Die präskriptiven Anteile nehmen Bezug darauf, wie Individuen sich verhalten sollen. Frauen* „sollen“ demnach verständnisvoll sein und Männer* „sollen“ dominieren (vgl. Eckes 2010, S.178). „Werden präskriptive Annahmen verletzt, resultiert in der Regel Ablehnung oder Bestrafung“ (Eckes 2010, S.178).

Unabhängig von der Reaktion führen Verletzungen der stereotypen Erwartungen selten zu Änderung der Stereotype, diese sind nämlich im hohen Maße änderungsresistent. Man muss jedoch Stereotype als soziokognitive Strukturen von Prozessen der Stereotypisierung unterscheiden. Bei der Stereotypisierung wird das stereotypgestützte Wissen auf konkrete Personen angewendet. Es gibt demnach eine Differenz zwischen dem Stereotypwissen und der Nutzung dieses Wissens in einem bestimmten Kontext. Jedoch wird geschlechtsstereotypes Wissen bereits früh in der Kindheit erworben und setzt sich als Lernprozess bis ins Erwachsenenalter fort. Deshalb findet Stereotypisierung aufgrund des wahrgenommen Geschlechts einer Person in den ersten Augenblicken oftmals implizit und automatisch statt, da keine bewusste Kontrolle darüber vorhanden ist (vgl. Eckes 2010, S.178).

Die Lernprozesse zu stereotypen Wissen und Ausbildung von Präferenzen werden wiederum von positiven und negativen Bestärkungen beeinflusst. Eine autonome Präferenzbildung bei Kindern ist hier auszuschließen. Nimmt man als Beispiel die Spielzeugwahl von Kindern, lässt sich feststellen, dass das Spielen mit Puppenhäusern und Küchensets bei Mädchen* sowohl von der Spielzeugindustrie als auch von Bezugspersonen bestärkt wird. Diese stehen symbolisch für die Häuslichkeit und den Rückzug ins Innere der Frau* im Erwachsenenalter. Erhält nun das Kind positive Rückmeldung zum Spielverhalten durch das Umfeld, verinnerlicht dieses das Verhalten als „richtig“ (vgl. Fleischmann 2016, S.115). Jungen*, die dagegen mit demselben Spielzeug spielen, erfahren negative Rückmeldung – man nimmt ihnen zum Beispiel die Puppen weg oder betont, dass das Spielzeug für Mädchen sei – und deuten dadurch das Verhalten als „falsch“.

Geschlechterstereotype sind derart als gemeinsames kulturelles Wissen gefestigt, dass sie unabhängig vom Geschlecht als treffend erachtet werden, während die Konstruiertheit den Menschen meistens nicht mal bewusst ist (vgl. Fleischmann 2016, S.113). Übernimmt man dann diese unhinterfragt, „stellt sich zudem der Effekt einer ‚selbsterfüllenden Prophezeiung‘ ein – der Glaube an Stereotype führt demnach zum konformen Verhalten“ (Fleischmann 2016, S.113).

Für Transgender-Frauen bedeutet das beispielsweise, dass sie zum Ziel haben sollten, feminine Frauen zu sein, damit die Performanz (feminin sein) und der Gender Status (als weiblich wahrgenommen werden) im Einklang mit der Geschlechteridentität steht. Denn je mehr das Äußerliche einer Person, das wahrgenommene Gender unterstützt, desto weniger

müssen diese Personen stereotypischen Darstellungen folgen. Damit ist gemeint, dass eine Person, die als „offensichtlich männlich“ gilt, zum Beispiel Nagellack tragen könnte, ohne dass die eigene „Männlichkeit“ in Frage gestellt wird, wobei die Akzeptanz der Darstellung in diesem Fall stark von der Farbe des Nagellacks abhängig ist. Schwarzer Nagellack könnte bei einem „maskulinem Mann“ als rockig verstanden werden. Pastellfarben hingegen würden eher in Frage gestellt werden. Diskussionen über die Darstellung würden sich dann eher um die Wahl der Farbe drehen, als danach, ob die Person ein Mann* oder eine Frau* ist. Eine Transgender-Fraue, die nicht „sichtbar“ weiblich zu sein scheint, muss sich dementsprechend femininer verhalten, um der Frage zu entgehen ob sie ein Mann* oder eine Frau* ist (vgl. O'Shea 2016, S.208).

Passing ist in diesem Bezug eine Strategie, mit Hilfe dessen Transpersonen wahrgenommen und akzeptiert werden als das andere Geschlecht als dem, das ihnen nach der Geburt zugeschrieben wurde. Passing ist für viele Mitglieder der Transcommunity ein Mittel dazu die Offensichtlichkeit des Andersseins zu mildern und somit sozialer Stigmatisierung zu entgehen. Die Fähigkeit als gewähltes Geschlecht durchzugehen, beinhaltet sowohl eine unzweifelhafte, konsistente Darstellung als auch die Vermeidung von Fragen, die eine sonst kohärente Narrative unterminieren. Die Unfähigkeit kann sonst zu Diskriminierung und Ächtung am Arbeitsplatz oder im sozialen Lebensraum führen (vgl. O'Shea 2016, S.208).

Für viele Menschen, die sich außerhalb des dominanten Paradigma befinden, ist es wichtig, sich zu assimilieren, um negative Reaktionen zu vermeiden. Doch die Assimilierung selbst kann dazu führen, dass diese Personen das Gefühl haben, sich selbst verleugnen zu müssen, um der unterdrückenden Homogenität der Gesellschaft gerecht zu werden (vgl. Siebler 2012, S.79). Dabei sollte vielmehr eine Diversität an Gender-Expression gefördert werden, bei der es jeder Person möglich ist, sich so auszudrücken, wie er*sie es möchte. Denn der Irrglaube, Menschen müssen entsprechend ihres Geschlechts handeln, entwertet Menschen als Gesamtes, unabhängig davon, ob sie trans oder nicht-trans sind.

2.4.7 Mediale Repräsentation

Geschlechterstereotype werden nicht nur durch gesellschaftlichen Konsens perpetuiert, sondern auch mittels Medienbotschaften verbreitet. Betrachtet man Medienbotschaften folglich als Basismaterial für die Konstruktion individueller und kollektiver Identitäten, bedeutet das, dass mediale Bilder von Geschlecht und Geschlechterrepräsentation als Quelle für die Identitätsbildung dienen (vgl. Dorer 2002a, S.73). Der Stellenwert der Medien innerhalb der Identitätskonstruktion soll folgend näher betrachtet werden.

Da Medien nicht nur darüber entscheiden, was präsentiert wird, sondern auch wie etwas präsentiert wird, konstruieren und regulieren sie, welche Geschlechtsidentitäten zur Verfügung stehen. Das beeinflusst maßgeblich, wie marginalisierte Gruppen sich selbst wahrnehmen bezüglich ihrer Identität und welchen Handlungsanweisungen sie Folge leisten sollen (vgl. O'Shea 2016, S.202). Das Medium Fernsehen nimmt hierbei aufgrund seiner Popularität und Reichweite eine zentrale Position bei der Vermittlung von Identitätskonzepten ein (vgl. Bleicher 2013, S.49). Das populäre Wissen, das die Medien produzieren und vermitteln, deckt jedoch in keiner Weise die ganze Breite des gesellschaftlichen Diskurses ab. Denn im Vergleich zur wachsenden Anzahl der Kommunikationskanäle kommt es tatsächlich eher zu einer Vervielfältigung des Wissens als zu einer Vielfalt an unterschiedlichen Themen. Aufgrund dieser Selbsteinschränkung des gesellschaftlichen Wissens werden kulturelle Konzepte der Zweigeschlechtlichkeit nach wie vor von den Medien verdichtet, stereotypisiert und dann als soziale Norm präsentiert (vgl. Dorer 2002a, S.54).

Die manifestierten Geschlechterunterschiede lassen sich als Differenzkriterium auf unterschiedlichen Ebenen der Fernsehvermittlung sichtbar machen. „Der spezifische Vorbildcharakter medialer Genderkonstruktionen erfolgt durch Wiederholungen vergleichbarer Themen, serieller Handlungsstrukturen, Dramaturgien, Figuren- und Rollenmuster, aber auch sprachlicher und visueller Darstellungsformen“ (Bleicher 2013, S.52). Die aus der Repetition hervorgegangen Stereotype fungieren als weit verbreitete Vorstellung über relevante Eigenschaften der jeweils präsentierten Themen, Handlungen oder Figuren. So fügt sich dann aus medialer Themen-, Handlungs- und Figurenstereotype ein Vorbild für die individuelle Identitätskonstruktion zusammen (vgl. Bleicher 2013, S.52). Denn Medien besitzen die Fähigkeit, bestehende Stereotypisierungen unterschiedlicher

Gesellschaftsgruppen zu zementieren oder aufzubrechen, und sind demnach Akteure*innen im Prozess des *doing gender* (vgl. Wolf 2008, S.66).

„Besonders populäre Genres und Formate vermitteln Vorbilder für die alltägliche Performanz von Geschlechterrollen“ (Bleicher 2013, S.52). Leider werden in populären Genres Transgender-Personen oft in einem starren binären Korsett dargestellt (vgl. Siebler 2012, S.74). Schließlich darf man nicht vergessen, dass die meisten Medienproduzenten zur heteronormativen Mehrheit der Gesellschaft gehören und für die Mehrheit der Gesellschaft Medieninhalte produziert. Zwar werden auch sexuelle Minderheiten repräsentiert, doch die Formate, in denen sie produziert werden, werden eben von heterosexuellen Personen für Heterosexuelle geschaffen. Nur wenige medial vermittelte Inhalte werden tatsächlich von Mitgliedern der LGBTQI-Gemeinschaft⁷ für LGBTQI-Personen produziert. So gesehen, besteht ein Ungleichgewicht hinsichtlich der Produktion und Repräsentation medialer Inhalte für LGBTQI-Mitglieder und der Gesellschaftsmehrheit. Zum Glück kommt es zunehmend mehr zu Überlappungen. In populären Network-Serien wie *Glee*, welche später noch untersucht wird, werden zum Beispiel homosexuelle Charaktere ins Zentrum der Narration gerückt. LGBT-Produzenten und Autoren, wie zum Ryan Murphy, produzieren nicht nur für Minorities Medien, sondern auch für den Mainstream. Die Grenzen für wen, was produziert wurde, verschwimmen zunehmend. Konventionelle Modelle der Medienvermittlung müssen heutzutage überdacht und vor allem inklusiv gedacht werden, gerade in Hinsicht auf Visibilität, Repräsentation und Identifikation für LGBTQI-Mitglieder (vgl. Sender 2012, S.212). Den versteht man die Wichtigkeit von Repräsentation für Menschen einer marginalisierten Gruppe, muss man kritisch beäugen, wie diese in den Medien dargestellt werden. Schließlich ist die mediale Präsentation von Minderheiten, in diesem Fall Transgender Personen, oftmals die einzige Interaktionsform, die eine Cisgender-Person mit diesen Personen je haben wird.

⁷ LGBTQI ist ein englisches Akronym, das für Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Transsexual, Queer und Intersex steht. Dieses Akronym basiert auf dem gängigen Gebrauch von LGBT (LesbianGayBisexualTransgender), ist jedoch durch den Zusatz inklusiver. Weitere mögliche Gebrauchsvarianten wären LGBTQ, LGBTQ+, LGBTQIA+ (das A steht hier für Asexuals und meint damit Personen, die sich keinem zu Geschlecht hingezogen fühlen).

2.4.8 Geschlechter- und queertheoretische Kommunikationsforschung

Bevor das Kapitel der Identitätsbildung abgeschlossen wird und wir uns der Medienwirkung (Kapitel 2.5) widmen, soll an dieser Stelle nochmals rekapituliert werden, welchen Stellenwert die Geschlechterforschung für die Kommunikationsforschung und in Folge für den Fortgang der vorliegenden Arbeit hat.

Die feministische Kommunikationswissenschaft ist innerhalb der letzten Jahren immer wichtiger für die kommunikationswissenschaftliche Forschung geworden, so dass sie mittlerweile als eigenständige Teildisziplin angesehen werden kann. Wegen ihrer Interdisziplinarität und Beziehung zu Nachbardisziplinen kann feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft als Teil der feministischen Wissenschaften bezeichnet werden. Umgekehrt bedeutet das, dass die Geschlechterforschung als Teil der feministischen Medienwissenschaft verstanden werden kann und somit Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft ist (vgl. Dorer 2002b, S.22).

Die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung hat sich seit Mitte der 1990er Jahre ausdifferenziert und an theoretischer Tiefe gewonnen. Mittlerweile beschränken sich Untersuchungen und Forschungsprojekte nicht nur auf zugewiesene Nischen wie der Forschung von und über Frauen* und Männern*.

„Mit der Zuwendung zu den verschiedenen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeldern hat sich die kritische Auseinandersetzung mit den dort verhandelten Modellen verstärkt“. Außerdem hat die theoretische Weiterentwicklung der Geschlechterforschung zu einer Ausweitung ihres Geltungsbereiches geführt. Geschlecht versteht sich heute nicht länger nur als Merkmal für Individuen oder Gruppen, sondern wird neuerdings als vielschichtige Kategorie neu konzeptioniert (vgl. Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.10). Geschlecht dient nun „gleichzeitig als als Klassifikationssystem sowie als Strukturmerkmal im Medienprozess“ (Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.11) und verweist auf die Wechselwirkungen „zwischen Ideologien, Denkmustern und sozialer Wirklichkeit“ (Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.11). Folglich müssen, die in der Kommunikationswissenschaft verwendeten Ansätze, Modelle und Forschungskonzepte daran gemessen werden, „inwiefern es ihnen gelingt, diese komplexe und folgenreiche

kulturelle Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit zu berücksichtigen“ (Klaus/ Röser/ Wischermann 2002, S.11).

Gerade in den letzten zehn Jahren haben Analysen entscheidend dazu beigetragen, die „Instabilität von Geschlechteridentitäten, Geschlechterpraxen, Geschlechterkörpern und Geschlechterstrukturen verdeutlichen“ (Ernst 2002, S.33). Die Analysen zeigen, auf welche Weise die genannten Determinanten nicht nur in geschichtlicher, sondern auch in geographischer und lebensgeschichtlicher Perspektive betroffener Personen keineswegs fixiert sind. Vielmehr sind die Geschlechteridentitäten, Geschlechterpraxen, Geschlechterkörper und Geschlechterstrukturen stets veränderlich und deswegen Objekt variabler gesellschaftlicher Deutung (vgl. Ernst 2002, S.34).

Erachtet man das Geschlecht als eine Kategorie ohne Eindeutigkeit, deren Deutung ständig aufs Neue (re)produziert, bestätigt und in Frage gestellt wird, dann müssen Prozesse betrachtet werden, die zur Festigung beitragen. Die feministische Kommunikationsforschung muss also analysieren, „welche kulturellen Prozesse Hierarchien geschlechtlicher Ordnungen herstellen, geschlechtliche Identitäten und geschlechtliche Körper in gesellschaftlichen Strukturen vereindeutigen und welche kulturellen Prozesse dazu beitragen, diese Ordnungen zu überwinden“ (Ernst 2002, S.39). Einerseits ist es wichtig, Geschlecht in den jeweils gültigen kulturellen Ordnungskategorien, Interaktionsmustern und Identitätsnormen zu analysieren. Andererseits ist unerlässlich für die Wissenschaft, Personen und Gruppen als nie vollständig berechenbare Akteur*innen bezüglich ihrer Geschlechteridentität und Geschlechterstrukturen zu respektieren (vgl. Ernst 2002, S.40).

Eine der grundlegenden Faktoren zur Identitätsausbildung, stellen – wie zuvor beschrieben in Kapitel 2.4.6 und 2.4.7 – die medial vermittelten Bilder durch Film und Fernsehen dar. Das nachfolgende Kapitel versucht sich nun anhand von Modellen der Medienrezeption an die Nutzung und Interpretation von Medieninhalten durch die Akteur*innen anzunähern.

2.5 Wirkungs- und Identifikationspotential der Serie

Während die Kulturwissenschaften die Menschen traditionell durch strukturelle, gesellschaftliche und kulturelle Determinanten betrachten, benötigt ein subjektorientiertes Konzept der Medienaneignung den Anschluss an neuere Studien, die die individuelle Erfahrung der Akteur*innen in den Vordergrund stellen und den Fokus um Dimensionen subjektiver Identitätskonstruktion erweitern (vgl. Wegener 2008a, S. 52).

Es stellt sich damit nicht nur die Frage, wie personale und individuell-situative Bedingungen Medienhandeln bestimmen, sondern auch, wie medial vermittelte Inhalte in das eigene Denken und Handeln integriert werden und „wie sich Bedeutung auf der Grundlage der jeweiligen Lebenslagen in Prozessen von Medienaneignung konstituiert“ (Wegener 2008a, S.52). So eine Perspektive ist dann von Bedeutung, wenn man der Pluralisierung von Lebensstilen und Lebenslagen stärkere Individualisierung der Identitätsbildung zuschreibt. Das hat zur Folge, dass Bedeutungszuweisungen in Prozessen der Medienaneignung nicht allein durch gesellschaftliche Positionierung, sondern vermehrt durch individuelle Bedürfnisse und Interessen bestimmt werden (vgl. Wegener 2008, S.52).

Die Rezeption und Aneignung der Medieninhalte ist, wie bereits erwähnt, keine einheitliche Erfahrung und die angebotenen Medieninhalte werden in Folge dessen vor dem Hintergrund von kulturell und gesellschaftlich spezifischen Erfahrungen interpretiert und bewertet. Die feministische Geschlechterforschung hat dabei einen wesentlichen Beitrag zum Publikumsbegriff geleistet; dieser zeigt, dass das Medienpublikum aus einer Vielzahl verschiedener Gruppen besteht (vgl. Maier 2015, S.52), „wobei sich das Medienhandeln dieser Gruppen nicht entlang einer bestimmten Kategorie wie Geschlecht universalisieren lässt“ (Maier 2015, S.52). Eine Vielzahl an Studien befasst sich davon ausgehend mit den Prozessen der Artikulation von Identität mittels Medien. Die Kernannahme hier ist, dass in der heutigen Medienlandschaft die unterschiedlichen Medieninhalte, aber auch Medientechnologien, zur Konstruktion kultureller Identität beitragen (vgl. Krönert/ Hepp 2015, S.271).

„In diesem Sinne treffen Menschen in spezifischen Lebenssituationen auf symbolisches Material ihrer Kultur, mit dessen Hilfe sie sich im jeweiligen Situationskontext orientieren. (...) Mediale Repräsentationen werden damit zum Vehikel selbstreflexiver Auseinandersetzung, die nicht ausschließlich als bewusster Abgleich verstanden werden muss, sondern auch als habitualisierte Form der Aneignung interpretiert werden kann“ (Wegener 2008a, S.53).

2.5.1 Kultivierungsthese

Die erste Theorie zur Medienaneignung, die ich hier vorstellen möchte, ist die Kultivierungsthese. Die Kultivierungshypothese ist eine Theorie, nach welcher eine nachhaltige Beeinflussung durch das Fernsehen und die in den Programmen vermittelten Inhalte auf das Weltbild der Rezipient*innen angenommen wird. Das Fernsehen übernimmt, neben dem Freundeskreis und der Familie, die Rolle des Sozialisationsagenten und ist aufgrund seiner allgegenwärtigen Verfügbarkeit verantwortlich für die Ausformung eines kollektiven Bewusstseins (vgl. Wulff/ Lehmann 2008, S.274). Die Kultivierungsthese beschäftigt sich nicht nur damit, welche Effekte einzelne Sendungen oder Gattung haben, sondern interessiert sich eher „für langfristige Effekte, die das Gesamtprogramm im Verhalten und in den Einstellungen von Zuschauer[*innen] entfaltet“ (Wulff/ Lehmann 2008, S.274).

Ein weiteres Merkmal neben der Verfügbarkeit ist die vermeintliche Realitätsnähe, mit der das Fernsehen Botschaften präsentiert. Die Grenzen zwischen Fakten und Fiktion, wie auch Unterhaltung und Nachrichten verschwimmen hier scheinbar, so dass fiktionale Sendungen teilweise als Realität interpretiert werden können. Botschaften, die im realen nicht unmittelbar erfahrbar sind, spielen hier eine besondere Rolle. Schließlich ist die reale Welt zu groß und komplex, als dass der Mensch jede Erfahrung selber machen könnte (vgl. Rossmann 2008, S.26). Denn wer von uns war bereits in einem Operationsaal, im Gefängnis oder in einem Filmstudio? Der Großteil unseres Wissens darüber, wie Menschen in anderen Sphären arbeiten und agieren, ist meistens medial erlerntes Wissen (vgl. Rossmann 2008, S.28).

Die Kultivierungsthese behauptet nun, dass Zuschauer*innen, „die viel fernsehen, ihre soziale Realität aus der fiktiven Realitätsdarstellung des Fernsehens rekonstruieren“ (Rossmann 2008, S.28). Es ist anzunehmen, dass diese Rezipient*innen die Realität eher so einschätzen, wie sie im Fernsehen gezeigt wird, während die, „die wenig fernsehen, in ihrer Realitätswahrnehmung der tatsächlichen Realität näher kommen“ (Rossmann 2008, S.28). Vergleicht man Viel- und Wenigseher*innen, stellt man fest, dass Wenigseher*innen aus unterschiedlichen Quellen ihre Informationen ziehen. Vielseher*innen hingegen nutzen das Fernsehen als primäre Informationsquelle und

gehen weniger selektiv bei der Rezeption vor; das heißt diese Personen sind über alle Formate, Sendungen und Programminhalte hinweg denselben Botschaften ausgesetzt (vgl. Rossmann 2008, S.29).

Die Kultivierungsthese hat sich jedoch signifikant verändert in den letzten 30 Jahren. Auf den ersten Blick scheint eine der Veränderungen vorrangig die methodologische Verbesserung zu betreffen. Neuerliche Forschungen tendieren nämlich dazu, den genrespezifischen Einfluss, den das Fernsehen auf das Weltbild der Zuschauer*innen ausübt, zu untersuchen – anstatt das Fernsehnutzungsverhalten als Gesamtes zu betrachten – was zur Folge hat, dass genauere Messungen bezüglich der Anzahl und Art der kulturellen Indikatoren, die den Zuschauer*innen während des Fernsehens widerfahren, möglich sind (vgl. Bilandzic/ Rössler 2004, 295).

Generell plädieren Kritiker*innen dafür, Rezipient*innen „eine aktivere Rolle im Mediengebrauch zuzutrauen und eher von einem selektiven Sehverhalten auszugehen, was eine nähere Untersuchung der Dauer und Spezifität der tatsächlich rezipierten Programme notwendig werden ließ“ (Wulff/ Lehmann 2008, S.276). Aus diesem Kontext heraus entstand der „Uses-and-Gratifications-Ansatz“, der im nächsten Kapitel 2.5.2, eingehender betrachtet wird.

Nichtsdestotrotz heißt es für die genrespezifischen Kultivierungseffekte, dass diese nur beobachtbar sind, wenn man den Zuschauer*innen eine selektive Fernsehnutzung zu schreibt. Diese Effekte stellten sich aber auch nur dann ein, wenn die Selektion auf einer Ebene stattfindet, die verschiedene Botschaften liefert (vgl. Rossmann 2008, S.109). Rossmann (vgl. 2008, S.109) definiert drei Bedingungen, unter denen genrespezifische Kultivierungseffekte auftreten: (1.) genrespezifische Botschaften, (2.) selektive Fernsehnutzung und (3.) das Zusammenspiel der beiden vorherigen Bedingungen. Hierbei soll sich die selektive Fernsehnutzung der Zuseher*innen genau dort äußern, wo auch unterschiedliche Botschaften feststellbar sind. Geht man wie Rossmann (ebd.) davon aus, dass die Darstellung bestimmter Themen nach Genre variiert, so beeinflussen die verschiedenen Genres die Zuseher*innen nur dann in unterschiedliche Richtungen, „wenn der eine ein Genre bevorzugt, das ein Thema etwa negativ darstellt, der andere ein Genre, welches dasselbe Thema positiv darstellt“(ebd.). Trifft aber keine der Bedingungen zu, treten keine genrespezifischen Effekte auf. Rossmann (ebd.) spricht

hier von zwei möglichen Arten des Zusammenspiels. Fall 1: Zwei unterschiedliche Genres können gleichermaßen von allen Zuschauer*innen genutzt werden, was bedeutet, dass nach ursprünglichen Annahmen der Kultivierungsthese, die Botschaft sich in der Realitätswahrnehmung der Rezipient*innen niederschlägt, die häufiger im Fernsehen zu sehen ist. Fall 2: Es kommt dazu, dass zwei Zuschauergruppen unterschiedliche Genres nutzen, die jeweils das gleiche Thema negativ/positiv darstellen. In diesem Fall würde eine selektive Nutzung keine Rolle spielen.

Im ersten Fall bedeutet das, dass Zuschauer*innen sowohl fiktionale als auch nicht-fiktionale Sendungen sehen und in Folge dessen ein differenziertes Bild entwickeln. Eindeutige genrespezifische Effekte zeigen sich in diesem Fall noch nicht. Geht man vom zweiten Fall aus und nimmt dabei die Darstellung von Transgender-Personen – zum Beispiel in Sitcoms und Spielfilmen werden sie überwiegend positiv dargestellt – und vergleicht die zwei verschiedenen Zuschauergruppen miteinander, stellt man fest, dass Selektivität keine Rolle spielt. Kultivierungseffekte stellen sich dahingehend nur in dem Sinne ein, dass beide Zuschauergruppen Transgender-Personen positiver wahrnehmen (vgl. Rossmann 2008, S.110).

Obwohl die Selektivität nicht immer eine Rolle spielt, so ist dennoch von einem grundsätzlich aktiven und selektiven Rezeptionsverhalten beim Publikum auszugehen. Es lassen sich zunehmend interindividuelle Unterschiede im Nutzungsverhalten der Zuseher*innen feststellen, wobei bei Einzelnen diese relativ konstant bleiben. Gerade im Nutzungsverhalten der Vielseher*innen schlug sich diese Veränderung nieder (vgl. Rossmann 2008, S.160). „Zwar scheint es nach wie vor Vielseher zu geben, die sich passiv von einer Vielzahl unterschiedlicher Sendungen berieseln lassen, doch sind diese in der Minderheit. Die meisten Vielseher präferieren und nutzen ganz bestimmte Genremenus – genauso wie Zuschauer mit einer geringeren Fernsehnutzungsdauer“ (Rossmann 2008, S.161). Das führt uns im nächsten Kapitel zum „Uses-and-Gratifications-Ansatz“.

2.5.2 Uses-and-Gratification Approach

Der Uses-and-Gratifications-Approach geht davon aus, dass Menschen verschiedene Bedürfnisse haben und diese mit Hilfe der Medien befriedigen. Dabei wählt der*die Rezipient*in aus einer Vielzahl an Medien das Angebot aus, das ihm die Befriedigung seines Bedürfnisses bietet. Damit geht der Ansatz von einem aktiven Publikum aus, das seine Bedürfnisse kennt und zielgerichtet handelt. (vgl. Altendorfer 2016, S.360)

Im Grunde beschreibt der Uses-and-Gratification Ansatz, dass Individuen ihrer sozialen, psychologischen und biologischen Bedürfnisse bewusst sind. Anhand dieses Bewusstseins evaluieren sie Medienkanäle und -Inhalte, beurteilen Alternativen und wählen dann Medien aus, von denen sie glauben, dass diese ihre Bedürfnisse am ehesten zufriedenstellt. Diese Bedürfnisse können sich auf Ablenkung (Eskapismus), persönliche Beziehungen (sozialer Nutzen im Sinne von „mitreden können“), persönlicher Identitätsstiftung (erkunden neuer Realitäten) oder Überwachung (News gathering) beziehen (vgl. Nabi et al. 2006, S.691).

Angenommen, die Zuschauer*innen, die das Fernsehen zur Ablenkung und Entspannung wählen, schauen Nachrichten an. Das machen sie vielleicht, weil sie es für wichtig erachten, über aktuelle Geschehnisse informiert zu sein. Sie gehen nun davon aus, dass sie mittels Nachrichten über aktuelle Geschehnisse informiert werden. Wenn sie die Erfahrung machen, dass ihre Erwartungen zutreffen, hat das zur Folge, dass sie am nächsten Tag erneut wieder Nachrichten sehen, um ihren Bedürfnis nachzukommen. Es zeigt sich anhand dieses Beispiels, dass die Mediennutzung über Motive und Bedürfnisse der Rezipient*innen erklärt werden können. (vgl. Altendorfer 2016, S.360). „In die Bedürfnisse fließen jedoch auch Erwartungen, Bewertungen und Erfahrungen mit ein. Die Wahl des Mediums wird also insofern beeinflusst, ob man die gesuchte „Belohnung“ bekommen hat oder nicht“ (Altendorfer 2016, S.360). Vor diesem Hintergrund werden die Bedürfnisse der Rezipient*innen ebenfalls untersucht.

Die Bedürfnisse lassen sich in vier Kategorien unterscheiden:

- kognitive Bedürfnisse: Information, Wissenserweiterung, Orientierung, Umweltkontrolle
- affektive Bedürfnisse: Entspannung, Erholung, Ablenkung, Eskapismus, Suche nach emotionaler Erregung
- integrative Bedürfnisse: Empathie, Identifikation, Bestärkung von Werthaltungen, Selbstfindung, Vermittlung oder Bestätigung von Verhaltensmodellen
- interaktive Bedürfnisse: Medieninhalte als Gesprächsstoff in der Anschlusskommunikation, parasoziale Interaktion (Rossmann 2008, S.167)

Im Uses-and-Gratification-Approach nehmen Rezipient*innen so gesehen eine selbstbestimmte Position ein. Ein Kommunikationsprozess entsteht erst, wenn die eigenen individuellen Bedürfnisse sich mit den Erwartungen an die Medien verbinden (vgl. Wulff 2008, S.173). Im Nutzenansatz geht es nur bedingt darum, was die Medien mit den Menschen machen und vielmehr darum, was die Menschen mit den Medien machen. Rezipient*innen selektieren und nutzen Medien, um ihre Bedürfnisse zu befrieden. Der Aktivitätsgrad der Rezipient*innen variiert dabei je nach Nutzungssituation und ist keine Konstante. Das Nutzungsverhalten wird zudem von zahlreichen sozialen und psychologischen Faktoren bestimmt und beeinflusst. Voreinstellungen, die soziale Umwelt sowie interpersonale Interaktionen formen die Erwartungshaltung gegenüber Medien und Medieninhalten (vgl. Rossmann 2008, S.168).

Die Medienzuhwendung findet somit nur statt, wenn das Publikum sie als sinnvoll oder lohnend erachtet. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass Mediennutzung nicht zwangsläufig erfolgen muss. Die Mediennutzung steht so gesehen in Konkurrenz zu anderen Arten der Gratifikation, die in der jeweiligen Situation vielleicht nützlicher scheinen. Zwar kann das Bedürfnis nach Unterhaltung durch eine Fernsehsendung gestillt werden, doch das soziale Miteinander mit Freunden hätte die gleiche Wirkung. Demnach stellen Medieninhalte nur eine von vielen Möglichkeiten dar, den Bedürfnissen nachzukommen (vgl. Wulff 2008, S.173).

Grundsätzlich haben die Rezipient*innen selbst mehr Einfluss auf die Medienzuhwendung als die Medien. „Dabei beeinflusst die Initiative der Rezipient[*innen] nicht nur ihre Nutzungsmuster, sondern auch die Konsequenzen ihrer Mediennutzung. Dadurch können die Medien die Rezipient[*innen] selbst, aber auch soziale, politische, kulturelle oder

ökonomische Strukturen der Gesellschaft beeinflussen“ (Rossmann 2008, S.168).

Hugger (vgl. 2008, S.177) wendet dagegen ein, dass der Nutzenansatz lediglich die einseitige Orientierung am aktiven Rezipient*innenverhalten betrifft und zudem vernachlässigt, dass Rezipient*innen und Medien im Kommunikationsprozess sowohl aktiv als auch passiv zugleich sein können. Gemeint ist damit, dass Kommunikatoren insofern aktiv sind, als dass sie Informationen auswählen und ihre Botschaften auf die Vorstellungen, die sie von dem Publikum haben, abstimmen. Sie sind dahingehend passiv, als dass ihr Tun von Bedingungen beeinflusst wird, die ihnen vom jeweiligen Publikum und Medium gesetzt werden. Rezipient*innen gelten als passiv, da sie lediglich aus den ihnen angebotenen Informationen auswählen können. Passiv sind sie zudem in ihrem habitualisierten Medienverhalten. Aktiv sind die Rezipienten dagegen im Sinne des Nutzenansatzes, insofern sie aktiv Medien und Medieninhalte selektieren und indem sie wahrgenommene Medienaussagen auf der Basis ihres Vorwissens zu verstehen versuchen.

2.5.3 Involvement

Im vorangegangenen Kapitel wurde anhand des Nutzenansatzes aufgezeigt, wie sich Rezipient*innen den Medien zuwenden (selektiv). Die nun folgende Theorie des Involvements beschäftigt sich nun damit, wie die selektierten Medieninhalte auf die Zuschauer*innen wirken.

Involvement ist dabei nicht als eigenständige Theorie zu verstehen; vielmehr wurde sie bisher als intervenierende Variable gesehen. Zudem wird der Begriff nicht immer einheitlich verwendet. Verschiedene Forschungsbereiche definieren den Begriff auf unterschiedliche Arten. Zusätzlich wird der Begriff auch auf verschiedene Weisen ins Deutsche übersetzt. Folgende Bezeichnungen finden somit auch Verwendung (vgl. Meltzer 2017, S.87): „ego-involvement, Ich-Beteiligung, Ich-Anteilnahme, Engagement, Betroffenheit, Interesse“ (Meltzer 2017, S.87). Das Involvement kann sich zudem auf verschiedene Stufen der Medienrezeptionsprozesse auswirken und stellt dabei nicht nur eine „Verarbeitungs-, sondern auch eine Zuwendungsmotivation“ dar (Meltzer 2017, S.88). Folgend soll jedoch die Verarbeitungstiefe von Medienbotschaften, die das Involvement beeinflusst, untersucht werden.

Gewissermaßen repräsentiert Involvement auch die Identifikation mit einem Thema. Denn je stärker die erkennbare Beteiligung ist, desto geringer ist die Tendenz, sich anderen Meinungen anzuschließen (vgl. Jäckel 2008, S.259 f.). Ähnlich wie beim Nutzenansatz entscheiden sich die Rezipient*innen für das Sehen eines bestimmten Programms. Wenn die Rezipient*innen diese Sendungen daraufhin einem übergeordneten Genre zuordnen, dokumentieren sie damit bereits ein medienbezogenes Erfahrungswissen (vgl. Jäckel 2008, 85).

Grundsätzlich ist mit Involvement während der Medienrezeption der Grad der inneren Beteiligung, mit dem Rezipient*innen ein Medienangebot verfolgen, gemeint. Der Grad der Beteiligung kann auf verschiedene Aspekte hin untersucht werden (vgl. Höfer 2013, S.64). Man kann dabei den „Erregungsgrad, Aufmerksamkeit, Interesse an dargestellten Themen, Intensität der Informationsverarbeitung, Verbindung von Medieninhalten und persönlichen Erfahrungen, Einstellungen und Werte“ (Höfer 2013, S.64) der

Mediennutzer*innen näher betrachten. Ein genauerer Blick lässt zudem erkennen, dass es dabei zwei unterschiedliche Arten des Involvements gibt. Hohes Involvement tritt meistens bei selektiver Mediennutzung ein und ist gekennzeichnet durch stärkere Nutzungsmotive. Die Nutzungsmotive steigern dabei die Aufmerksamkeit, kognitive Verarbeitung und Intensität der emotionalen Reaktionen. Niedriges Involvement findet man hingegen bei der habitualisierten Mediennutzung (vgl. Höfer 2013, S.64).

Diese Definition deckt jedoch „nur eine Art des Involvement ab, nämlich jene, die zwar im Kommunikationsprozess wirksam wird, aber schon vorher z.B. durch persönliche Erfahrungen entsteht: Das „Themeninvolvement“ (Rossmann 2008, S.195). Das Themeninvolvement beschreibt also die Voreinstellung, die Mediennutzer*innen in die Kommunikationssituation mitbringen. Davon zu unterscheiden ist das prozessuale Involvement, das erst während der Rezeption entsteht. Das prozessuale Involvement geht davon aus, dass die Zuschauer*innen während der Rezeption aktiv Anteil nehmen, sich auf die Botschaft konzentrieren und dann emotional darauf reagieren. Es ist anzunehmen, dass sie aufmerksamer sind, mehr über Botschaften nachdenken und sich eher mit präsentierten Charakteren identifizieren (vgl. Rossman 2008, S.196). Im Zusammenhang mit der Wirkung von Serieldarstellung hinsichtlich der Transgender Charaktere ist Prozessinvolvement besonders wichtig, da in der vorliegenden Arbeit untersucht wird, unter welchen Umständen eine Identifizierung stattfinden kann.

Dabei werden die präsentierten Medienbotschaften nicht von allen Rezipient*innen immer gleichermaßen wahrgenommen. Viel eher hängt es davon ab, ob eine persönliche Erfahrung vorliegt oder nicht. All jene, die eine persönliche Relevanz zum Thema haben, werden einen diskrepanten Medienbeitrag wahrscheinlich überlegt weiterverarbeiten. Während eines solchen Prozesses wird vor allem auf die argumentative Qualität des Medienbeitrages geachtet. Doch scheint die Diskrepanz zwischen der eigenen Meinung und der medialen Botschaft zu groß zu sein, wird die Botschaft weniger bis keine Wirkung zeigen. Informationen aus diesen Medienbotschaften werden nicht in das bestehende Wissen integriert (vgl. Meltzer 2017, S.92). „Eine diskrepante mediale Erfahrung kann auf ein Schema vermutlich nur dann nachhaltig wirken, wenn dieses entweder schwach ausgeprägt (also noch wenig gefestigt) ist oder die diskrepante mediale Erfahrung wiederholt gemacht wird“ (Meltzer 2017, S.92).

Wenn keine persönliche Erfahrung vorliegt, wird der Medienbeitrag hingegen heuristisch verarbeitet. Ohne persönliche Erfahrung wird das Urteil gedächtnisbasiert gebildet, weshalb mediale Informationen in Beurteilung mit einfließen. Hier ist es wahrscheinlicher, dass es zu Medienwirkungen kommt. Ist zudem ein hohes Involvement vorhanden, wird der Medienbeitrag auch ohne persönliche Relevanz elaboriert verarbeitet (vgl. Meltzer 2017, S.92).

„Dann wird auf die argumentative Stärke des Beitrags geachtet und die Medienwirkung wird von der wahrgenommenen Überzeugungskraft der vorgetragenen Informationen determiniert. Insgesamt sprechen die Befunde aus der Informationsverarbeitung dafür, dass auf persönlicher Erfahrung gebildete Einstellungen durch Medienbotschaften nur schwer zu verändern sind“ (Meltzer 2007, S.92).

2.5.4 Encoding-Decoding Modell

Um Medienbotschaften überhaupt erst verstehen zu können, müssen die Rezipient*innen die Botschaften zunächst decodieren. Das von Stuart Hall entworfene Encoding-Decoding Modell fasst das Publikum als aktive Rezipient*innen auf, „die Inhalte nicht eins zu eins auf- und für sich übernehmen, sondern eine individuelle Lesart der konsumierten Texte entwickeln“ (Lohmeier 2016, S.116). Das Modell teilt also die Ansicht über die aktiv, partizipierenden Zuschauer*innen wie die Kultivierungsthese (Kapitel 2.5.1), Uses-and-Gratification-Ansatz (Kapitel 2.5.2) und die Theorie des Involvements (2.5.4).

Das Encoding-Decoding-Modell berücksichtigt zusätzlich die Umstände, unter denen Medienbotschaften entstehen, also wie das Kodieren (encoding) stattfindet. Nachrichtensendungen werden zum Beispiel nicht in einem Vakuum, sondern unter gewissen Produktionsbedingungen wie technische Fertigkeiten des Produktionsteams, institutionelles Wissen, Einschätzungen über das Publikum usw., produziert. Der Prozess des Dekodierens (Decoding) seitens der Zuschauer*innen wird ebenfalls von ähnlichen Faktoren beeinflusst (vgl. Lohmeier 2016, S.116).

„Je mehr die Umstände und Ressourcen (Wissen, Produktionsverhältnisse, technische Infrastruktur der kodierenden und der dekodierenden Seite) voneinander abweichen, desto mehr werden sich auch die Bedeutungsstrukturen beim Enkodieren von denen im Dekodierungsprozess voneinander unterscheiden. Entscheidend ist, dass dieser Prozess in seiner Gesamtheit als diskursiv verstanden werden muss. Denn Bedeutungsstrukturen auf der Seite des Enkodierens und der Seite des Dekodierens können stark voneinander abweichen.“ (Lohmeier 2016, S.117)

Daraus lässt sich folgern, „dass Medienkommunikation kein linearer Prozess der Informationsvermittlung und deren Wirkung ist“ (Hepp 2008, S.144). Vielmehr versteht sie sich als Prozess geteilter Herstellung von Bedeutung, wobei die Leseart der Rezipient*innen von den beabsichtigten Bedeutungen der Medienbetreibenden abweichen können (vgl. Hepp 2008, S.144). Schließlich unterliegt der Prozess der Dekodierung der Botschaften fast immer anderen Bedingungen als jener der Kodierung. Man kann zwar bei der Produktion der Medientexte eine bevorzugte Leseart anstreben, diese jedoch nicht erzwingen (vgl. Lohmeier 2016, S.117). „Diese Argumentation ist aber gleichwohl nicht dahingehend

misszuverstehen, dass die Verschiedenheit von Lesarten rein individuell zu erklären wäre – vielmehr geht [man] davon aus, dass diese durch bestimmte soziokulturelle Lagen vermittelt ist (Hepp 2008, S.144).

Nichtsdestotrotz entwickelten sich innerhalb des Encoding-Decoding-Modells drei idealtypische Lesearten auf der Seite der Dekodierenden:

- Dominant-hegemonial: bei dieser Leseart folgen die Dekodierenden dem gleichen Code wie die Produzent*innen des Textes.
- Ausgehandelt: hier werden bewusst andere Codes als die der dominant-hegemonialen Leseart gewählt. Man geht davon aus, dass zwischen den Produzent*innen und den Rezipient*innen ein Machtgefälle besteht, das sich in unterschiedlichen Bedeutungsstrukturen zeigt.
- Oppositionell: bei der oppositionellen Leseart werden die Codes von den Dekodierenden zugegeben verstanden, aber bewusst abgelehnt. Die Texte werden alternativ in den eigenen Bezugsrahmen und die eigene Lebenswirklichkeit transportiert. (vgl. Lohmeier 2016, S.117)

Für die Medienbetreibende ist die dominant-hegemoniale Leseart die ideale Form des Dekodierens, schließlich läuft hier der Kommunikationsprozess relativ nahtlos und natürlich ab. Dekodierende wenden mit dieser Leseart sozusagen gesunden Menschenverstand an. Wenn das Publikum jedoch den Text anders begreift, liegt es daran, dass sie nicht innerhalb des dominanten Codes agieren, das bedeutet jedoch nicht, dass sie damit automatisch falsch liegen. Die Anstrengung nach Bedeutung taucht stets dann auf, wenn die Leseart des Publikums gegenläufig zu dominanten Botschaften des enkodierten Textes ist (vgl. Davis 2004, S.41). Nehmen wir als Beispiel die Fernsehübertragung eines Staatsereignisses. Diese Übertragung aus der dominant-hegemonialen Position würde betonen, dass ein solches Ereignis im nationalen Interesse ist und aufgrund dessen verdient, übertragen zu werden. Das Publikum, das aus einer ausgehandelten Position die Übertragung liest, könnte die Annahme teilweise übernehmen. Sie könnten vielleicht akzeptieren, dass das Ereignis wichtig ist als solches und Wert ist, übertragen zu werden, jedoch können sie beteiligte Personen ablehnen. Eine Person, die eine oppositionelle Leseart betreibt, kann hingegen zwar verstehen, was „nationales Interesse“ bedeutet, lehnt aber vielleicht die Idee des Ereignisses als Ganzes ab, da es womöglich als „Verschwendung an Steuergeldern“ gesehen werden kann.

Für die Serienanalyse (Kapitel 3.3) bedeutet das, dass Sendungen von Zuschauer*innen in einer anderen Weise dekodiert werden, als sie von den Produzent*innen enkodiert wurden. Konkreter heißt das, dass die Zuseher*innen je nach sozialem Hintergrund oder kulturellem Vorwissen eine Botschaft gänzlich falsch oder schlichtweg anders verstehen, als das Produktionsteam beim Encodieren beabsichtigte. Es ist nicht unüblich, dass Zuschauer*innen eigene Bedeutungen entwickeln, die „allerdings an die sozialen Kontexte gebunden sind, in denen sie Film- und Fernsehtexte rezipieren“ (Mikos 2015, S.278). Zwar zeigt das Fernsehen generell eher die bevorzugten oder dominanten Botschaften, die in der Gesellschaft zirkulieren, aber es können auch die konkurrierenden Diskurse im Film- und Fernsehtext repräsentiert werden. Der präsentierte Text folgt demnach keiner dominanten Ideologie, sondern bietet bewusst verschiedene Lesearten an, von denen aber eine bevorzugt sein kann (vgl. Mikos 2015, S.277 f.).

Generell achten Zuschauer*innen dahingehend eher weniger auf die Produktionsumstände einer Sendung, sondern mehr auf den Inhalt. Die wenigsten haben so ein geschultes Auge, dass sie subtile Variationen der Kameraeinstellungen zwischen Groß- und Detailaufnahme erkennen.⁸ Stattdessen sind sie investiert in die Geschichte und wie diese ihnen mehr über einen bestimmten Charakter offenbart. Gleichermäßen unwahrscheinlich ist, dass Zuschauer*innen plötzlich innehalten, um den Schauspielstil der Schauspieler*innen zu bemängeln, wenn sie doch in die Lebenswelt der gespielten Charaktere vertieft sind. Wenn wir also die Beziehung zwischen Produzent*innen, Publikum und Text verstehen wollen, müssen wir verstehen, dass jede Botschaft zu jedem Zeitpunkt des Kommunikationsprozesses eine andere Lesearbeit bedienen kann. (vgl. Davis, 2004, S.39).

⁸ Die Großaufnahme „konzentriert den Blick des Zuschauers ganz auf den Kopf des Abgebildeten. Hier wird der mimische Ausdruck hervorgehoben. Damit werden auch intime Regungen der Figur gezeigt, die den Dargestellten charakterisieren und die oft auch die Identifikation des Zuschauers mit der Figur erhöhen soll“ (Hickethier 2012, S.58.)

Bei der Detailaufnahme „[vom] Gesicht ist nur noch ein Ausschnitt zu sehen. Alles konzentriert sich auf den Mund, die Augen, aber auch Gegenstände können auf diese Weise dem Betrachter nahe gebracht werden“ (Hickethier 2012, S.58).

2.5.5 Konzept der parasozialen Interaktion

Am Ende des Kapitels 2.5.4 wurde erwähnt, dass Zuschauer*innen sich bei der Rezeption von Serien lieber mit dem Inhalt und den Charakteren beschäftigten als mit den Produktionsumständen. Das Konzept der parasozialen Interaktion wurde in der bisherigen empirischen Forschung in Hinblick auf das Fernsehen untersucht und beschäftigt sich mit genau diesem Phänomen, und beschreibt damit den „spezifischen Modus, mit dem sich Rezipient[*innen] zu den in den Medien dargestellten Akteur[*innen] in Beziehung setzen (Wegener 2008b, S.294).

Wie identitätsstiftend letztlich eine Fernsehserie ist, hängt laut Keppler (vgl. 1996, S.11) davon ab, wie identitätsbildend die Wahrnehmung der Serienfiguren sind. Sie stellt Fragen danach, in welchem Sinn man sich mit den Charakteren identifizieren kann und mit welchem sozialen Konstrukt die Rezipient*innen in eine parasoziale Interaktion treten und wie sich Figuren zu jenen Interaktionspartnern verhalten, die den Rezipient*innen in der realen Welt begegnen.

Die Rolle der Rezipient*innen innerhalb der parasozialen Interaktion ist dabei ambivalent. Die parasoziale Interaktion erlaubt den Rezipient*innen einerseits – wegen ihres weitgehend imaginären Charakters – eine Beziehung frei von Verpflichtungen und Verantwortlichkeit zu führen. Erklärungen und Begründungen für das eigene Verhalten bleiben letztlich außen vor, da es kaum zu einem persönlichen Kontakt zwischen den Interaktionspartner*innen kommt (vgl. Wegener 2008b, S.294). Solange die Zuseher*innen involviert bleiben möchten, bieten „die parasozialen Beziehungen einen Rahmen, in dem die Beziehung gemäß eigener Bedürfnisse und individueller Motivation ausgestaltet und durch Phantasie erweitert werden kann“ (Wegener 2008b, S.294). Zudem steht es den Zuschauer*innen frei, zwischen den Beziehungen zu wählen, die seitens des Fernsehens angeboten werden. Andererseits ist die parasoziale Interaktion „einseitig und durch den Performer gelenkt, wobei dieses insbesondere für die Situation des medialen Gegenübers gilt, wenn der Zuschauer seinen Star im Fernsehen interagierend betrachtet und weniger für die imaginäre Beziehung, die sich möglicherweise daran anschließen mag“ (Wegener 2008b, S.294).

Welche parasozialen Interaktionen die Rezipient*innen akzeptieren, wen sie als mediales Gegenüber annehmen und wen nicht, ist abhängig von den Interaktionsmustern und sozialen Situationen des alltäglichen Lebens und steht im Zusammenhang mit den Wünschen, die er*sie in mit den jeweiligen Beziehungen befriedigen möchte. Dabei ermöglicht die parasoziale Beziehung das Proben und Ausformen neuer Rollen und damit auch deren Deutung in spezifischen Strukturen (vgl. Wegener 2008a, S.64). Zudem bieten parasoziale Interaktionen die Rekapitulation, das wieder Erleben gegenwärtig nicht mehr gelebter oder gar nicht mehr möglicher Rollen“ (Wegener 2008a, S.64). Dementsprechend nehmen Nutzer*innen unterschiedliche Interaktionsangebote wahr und deuten diese unterschiedlich je nach ihrer Lebensstufe, sowie ihrer kulturellen und sozialen Einbindung (vgl. Wegener 2008a, S.64). Außerdem kann die in der Phantasie „gespielte Rolle eine idealisierte Rolle täglicher Performanz sein, die im richtigen Leben gegenwärtig nicht oder möglicherweise auch niemals erreicht wird“ (Wegener 2008a, S.64). Ob Rezipient*innen in den Darsteller*innen sich selbst wiedererkennen oder mit Hilfe derer ein idealisiertes Bild von sich selbst entwerfen, das ihrem Wunschbild entspricht, bleibt offen. (vgl. Wegener 2008a, S.64).

Die Medienakteuer*innen in der parasozialen Beziehung – auch als Personae bezeichnet – sind dabei keine reinen Phantasiegestalten. Sie existieren wirklich, genauso wie ihre Performanzen, an denen die Zuseher*innen implizit teilnehmen.

Kennzeichnend für die Personae ist, dass die Kontinuität ihrer Erscheinung, die durch die Verwendung von bestimmten Kleidungsstücken als Kennzeichen etabliert wird (vgl. Wegener 2008b S.294). Diese Besonderheit ist vor allem bekannt aus animierten Serien wie den Simpsons. Eine Serie mit realen Darsteller*innen wäre zum Beispiel Big Bang Theory: Dort präsentiert sich die Figur des Sheldon Cooper meistens mit einem Longsleeve-T-Shirt, über dem er ein Kurzarm-T-Shirt mit Comicbuch-Motiv trägt. Weiteres Merkmal der Personae ist die gemeinsame „Geschichte, die Verbundenheit suggeriert“ (Wegener 2008b, S.294). Letztes Merkmal und vielleicht sogar das Wichtigste ist das Gefühl von Intimität, dass die Beziehung zwischen Personae und Rezipient*in kennzeichnet. Wegener (vgl. 2008b, S.295) beschreibt, dass die Besonderheit eines solchen Gefühls darin liegt, die Zuschauer*innen während der Rezeption vergessen zu lassen, dass es sich um eine mediale Inszenierung handelt. Diese Intimität entsteht unter anderem dadurch, dass die Zuschauer*innen die Personae „in gewisser Weise in der gleichen Art, in der sie ihre selbstgewählten Freunde kennen: durch direkte Beobachtung und Interpretation von

Erscheinung, Gestik, Stimme und durch Konversation [in verschiedenen] Situationen“ (Wegener 2008a, S.64).

Das wiederholte Auftreten der Personae führt dabei zur intimen Kenntnis über ihre Eigenschaften und Charakterzüge. Schließlich lassen sich parasoziale Beziehungen zu Charakteren in Fernsehserien aufbauen, indem die Zuschauer*innen Kenntnisse über die Figuren erlangen (vgl. Mikos 2015, S.174). „Diese Kenntnisse (...) [können] im Rahmen der Narration und der Dramaturgie inszeniert sein, sodass eine ‚intime‘ Nähe zur Heldin[*] oder Helden[*] entsteht“ (Mikos 2015, 174). Dass die parasozialen Beziehungen zwischen Personae und Rezipient*innen überwiegend in der Fernsehrezeption aufgebaut werden, liegt unter anderem daran, dass die Ausformung von parasozialen Beziehungen eine Funktion der Wiederholung, Zeit und Routinisierung ist. Nur durch die Berechenbarkeit des Auftretens der Personae ist es möglich sie in die Routinen des alltäglichen Lebens der Rezipient*innen zu integrieren (vgl. Mikos 2015, S.172).

Wesentlicher Unterschied zwischen der sozialen und der parasozialen Interaktion ist, dass Beobachtungen und Interpretationen kaum durch reale Kommunikationssituationen, die in das Alltagshandeln integriert sind, bestätigt oder widerrufen werden können. In der parasozialen Interaktion bleibt das Gegenüber und dessen Handeln der Interpretation der Rezipient*innen überlassen (vgl. Wegener 2008a, S.64)

In Bezugnahme auf die Fragestellungen der vorliegenden Arbeit zu Identifikationspotentialen von Serien muss auch hier auf die mögliche Identifikation mit Fernsehakteur*innen eingegangen werden. Die Begriffe Identifikation und parasoziale Interaktion werden in der Literatur zwar oft vermischt, sollen an dieser Stelle jedoch voneinander getrennt betrachtet werden. Anders als zur parasozialen Interaktion, hängt die Identifikation mit den Akteur*innen stark davon ab, ob die Personae und die Rezipient*innen sich ähneln. Das ist hingegen für den Aufbau parasozialer Beziehungen irrelevant. Womöglich können sich aber parasoziale Beziehungen und Identifikation wechselseitig beeinflussen. Es ist also denkbar, dass die parasoziale Interaktion die Wahrnehmung einer Ähnlichkeit zu den Fernsehakteur*innen verstärkt. Andersherum kann es sein, dass die Identifikation mit den Akteur*innen die Ausbildung von parasozialen Beziehungen begünstigt (vgl. Rossmann 2008, S.192). Beide Theorien legen nahe, dass die Ähnlichkeit zwischen Personae und den Zuschauer*innen die Stärke der Zusammenhänge zwischen Medienbotschaften und Nachahmung beeinflusst. Folglich ist es denkbar, dass die dargestellten Figuren einen Maßstab liefern, anhand dessen sich die Rezipient*innen vergleichen. Vergleiche werden vor allem mit Figuren vorgenommen, die die Zuschauer*innen als ähnlich zur eigenen Person wahrnehmen, ähnliche Probleme haben oder sich ähnlich zu bestimmten Themen äußern. (vgl. Rossmann 2008, S.192). Dieser Aspekt wird im Laufe der vorliegenden Arbeit noch genauer betrachtet, wenn die Transgender Charaktere in der Serienanalyse (Kapitel XY) auf ihr Identifikationspotential untersucht werden.

2.5.6 Repräsentation und Stereotypisierung

Wie in den vorangegangenen Kapiteln bereits erläutert wurde, ist die Mediennutzung keineswegs ein rein passiver Vorgang, „sondern – auch über die Medienwahl und -zuwendung und über extern beobachtbare Aktivitäten (z.B. Gerätebedienung; Kommentare oder Lachen über Medieninhalte, medienbezogene Gespräche) hinaus – mit einer ganzen Reihe an innerpsychischen (meist unbewussten) Prozessen verbunden“ (Six 2008, S.207). Die meisten dieser Aktivitäten finden während der Mediennutzung statt, „wobei neben dem Erleben (z.B. Spannungserleben, ‚Präsenzerleben‘) und Prozessen im emotionalen und sozio-emotionalen Bereich (z.B. Empathie, Involvement, Angstreaktionen) kognitive Aktivitäten eine bedeutsame Rolle spielen“ (ebd.).

An dieser Stelle soll nochmals die Thematik der Repräsentation und Stereotypisierung, die bereits in Kapitel 2.4.6 angeschnitten wurde, vor einem kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund aufgegriffen werden.

Wie in Kapitel 2.5.1 bereits erläutert, lässt das Fernsehen uns an Situationen teilhaben, die sonst nicht unmittelbar erfahrbar sind.

„These depictions of the way things work are personified through characterizations and dramatized through plots that take us into situations and places we might otherwise never see. They show us the hidden workings of personal motivation, organizational performance, and subcultural life“ (Gross 2001, S.10).

Und obwohl den meisten Zuseher*innen bewusst ist, dass die Darstellungen fiktiv sind, ist ein gewisser Anteil des angeeigneten Wissens den Darstellungen des Fernsehens zu verdanken. Gross (vgl. 2001, S.11) meint, dass unser Wissen über die Welt zusammengesetzt ist aus der eigenen Erfahrung, Nachrichtensendungen und Dramatisierungen des Alltäglichen in Fernsehsendungen. Ob die Darstellungen wahrheitsgemäß sind, kann in den meisten Fällen nicht überprüft werden, da sie für die meisten Zuschauer*innen nicht unmittelbar erfahrbar sind. Die Erfahrungen, die Rezipient*innen folglich machen, sind daran gebunden, was die Medien präsentieren.

Demnach ist der Kultivierungseffekt der Medien am stärksten, wenn es um die Darstellung von Ereignissen und Gruppen geht, die aus der Reichweite der Zuseher*innen liegt. Das betrifft insbesondere die Darstellung von Minderheitsgruppen, schließlich sind diese relativ weit entfernt vom Leben und alltäglichem Handeln derer, die nicht Mitglieder dieser

Minderheiten sind. Mangels Ressourcen werden dann auch ungenaue oder auch herabwürdigende Darstellungen akzeptiert. Schließlich gibt es keine Referenzen. Die meisten medialen Darstellungen richten sich ohnehin an die Erfahrungen und Interessen der Mehrheitsgesellschaft (vgl. Gross 2001, S.11).

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen stellt Trebbe (2009, S.46) eine Hierarchie der Repräsentation auf:

1. Auf der ersten Stufe einer solchen Hierarchie steht die Thematisierung, das Vorhandensein in den Medien überhaupt. Soziale Gruppen und damit auch (...) Minderheiten, die nicht oder kaum in den Medien repräsentiert sind, sind nicht Bestandteil der gesellschaftlichen Realität – unabhängig von positiver oder negativer Bewertung (Marginalisierung).
 2. Auf der zweiten Stufe folgt die Repräsentation auf der medialen Tagesordnung (...). Framing und stereotype Darstellung, Negativismus (...) sind ebenfalls auf dieser Stufe zu verorten.
 3. Die dritte Stufe ist dann schließlich die aktive Teilnahme am massenmedial geführten gesellschaftlichen Diskurs als Sprecher[*innen] oder Akteur[*innen], die selbst zu Wort kommen.
- (Trebbe 2009, S.46)

Die Darstellung von Personen der LGBTQI-Community befindet sich meistens auf der ersten Stufe der Thematisierung. Was bedeutet das, dass sie meist gänzlich ignoriert werden. Wenn sie zum Beispiel doch in Fernsehserien auftauchen, dann meistens in Rollen, die die vermeintlich natürliche heteronormative Ordnung unterstützen. Stereotype Darstellungen sind dabei immer präsent, selbst wenn diese nur impliziert werden. Das betrifft zum Beispiel vor allem die Darstellung von homosexuellen Charakteren, die als besonders „antistereotypisch“ gezeichnet werden, was jedoch nur die Aufmerksamkeit auf die abwesenden sonst stereotypischen Merkmale lenkt (vgl. Gross 2001, S.14).

Gross (vgl. 2001, S.16) stellt daraus folgernd die Identitätsstiftung von Serien generell in Frage, wenn die Repräsentation der eigenen Gesellschaftsgruppe fast nicht vorhanden ist. Gleichzeitig argumentiert Gross (vgl. 2001, S.16), dass die Massenmedien zwar eine eingeschränkte Auswahl an Darstellungen von (sexuellen) Minderheiten bieten, aber ihre Voreingenommenheit durch die eigenen Erfahrungen des Publikums ausbalanciert werden. Trebbe (vgl. 2009, S.50) schlägt in diesem Zusammenhang für die Analyse vor, sich darauf zu konzentrieren, ob wiederholt bestimmte Handlungsmuster oder Rollenzuweisungen dargestellt wurden oder ob individuelle Eigenschaften der gesamten Gruppe zugeschrieben werden.

3. Empirischer Teil

3.1 Methodenwahl

Film- und Fernsehanalysen bewegen sich von der ästhetischen Betrachtung des Mediums hin zu einer tieferen Ebene des Verstehens, wo sowohl sprachliche als auch nicht-sprachliche Elemente besonders betrachtet werden. Durch das Zerpflücken geht jedoch nicht der ästhetische Genuss verloren, sondern kann sogar gesteigert werden, da der*die Betrachter*in neue Bedeutungspotenziale im Film erschließt. Zugleich ist die Film- und Fernsehanalyse eine Verständigungsform über das Medium Film. Interpretationen sind schließlich im Zusammenhang mit der Zeit ihrer Entstehung zu sehen und nie allgemein gültig. Wichtig bei der Film- und Fernsehanalyse sind auch die Fragen, mit denen man an das Produkt tritt. Diese ergeben sich entweder aus dem Medium selbst, einem wissenschaftlichen Untersuchungsansatz oder einem vorher feststehendem Erkenntnisinteresse (vgl. Frank, 2009, S.65).

Im Fall dieser Magisterarbeit wird die Fernsehanalyse erkenntnisgeleitet sein. Lothar Mikos meint, dass Filme und Fernsehsendungen als Kommunikationsmedien zu begreifen sind, die mit dem Publikum kommunizieren, wobei deren Gestaltungsmittel die kognitiven und emotionalen Aktivitäten der Zuschauer vorstrukturieren. Laut Mikos bedarf es einer inter- und transdisziplinären Zugangsweise. Theoretische Ansätze aus unterschiedlichen Disziplinen müssen berücksichtigt und im Hinblick auf die Analyse zusammengeführt werden (vgl. Mikos, 2008, S.15). Für die Analyse der vorliegenden Arbeit sind Zugänge aus der Kommunikationswissenschaft wie auch aus der Geschlechterforschung bedeutend, weshalb Mikos' transdisziplinäre Zugangsweise als Grundlage für die folgende Serienanalyse dienen soll.

3.1.1 Film- und Fernsehanalyse nach Lothar Mikos⁹

„Filme und Fernsehsendungen sind als Medien der Kommunikation in die gesellschaftlichen Kommunikations- und Interaktionsverhältnisse eingebettet. Filme und Fernsehsendungen müssen daher grundsätzlich als Kommunikationsmedien verstanden werden“ (Mikos 2015, S.23). Ein Film ist in erster Linie das Ergebnis eines künstlerischen Produktionsprozesses und in diesem Sinn als Werk zu verstehen. In zweiter Linie versuchen die Produzent*innen mit dem Publikum in Kommunikation zu treten. Wenn die Kommunikation mit dem Publikum gelingen soll, muss bereits während der Produktion des Films oder Serie auf mögliche Erwartungen der Rezipient*innen Bezug genommen werden. Eine Sendung kann dabei zur puren Unterhaltung genutzt werden, dennoch wird das Publikum die Sendung eventuell langweilig finden und die Absichten der Produzent*innen in Frage stellen (vgl. ebd.).

Mikos (vgl. 2015, S.24 f.) hält fest, dass Menschen Filme und Fernsehsendungen sowohl zur Gestaltung der eigenen Identität als auch ihrer sozialen Beziehungen nutzen. Das muss aber in Folge nicht bedeuten, dass Film- und Fernsehtexte die Rezeption kontrollieren. Filme und Fernsehsendungen „machen lediglich Angebote, die von den Zuschauern genutzt werden können, indem sie sich auf eine Interaktion mit dem jeweiligen Text einlassen“ (Mikos 2015, S.25).

Geht man davon aus, dass die Analyse erkenntnisleitend erfolgt, können die Film- und Fernsehtexte mit Hilfe von fünf Ebenen untersucht werden:

- Inhalt und Repräsentation
- Narration und Dramaturgie
- Figuren und Akteure
- Ästhetik und Gestaltung
- Kontexte

Nach Mikos kann jeder Film und jede Fernsehsendung mithilfe dieser Ebenen untersucht werden. Die Analyse kann sich auf einzelne Ebenen beschränken, kann aber auch mehrere berücksichtigen. Jede Ebene kann dabei in Bezug zur anderen stehen. Zum Beispiel sind die Ebenen der Figuren und Akteure eng mit denen der Narration und Dramaturgie

⁹ Die nachfolgenden Kapitel 3.1.1, 3.1.2 und 3.1.3 basieren auf der Film- und Fernsehanalyse Lothar Mikos' und folgen ausschließlich der Argumentation von *Mikos, Lothar (2015): Film- und Fernsehanalyse*.

verbunden (vgl. Mikos 2015, S.43). Zunächst soll aber zum Verständnis, wie die fünf Ebenen miteinander interagieren können, eine Übersicht aller folgen. Für die vorliegende Arbeit sind insbesondere die Ebenen Figuren und Akteure und Kontexte von Bedeutung, weswegen diese in den Kapiteln 3.1.2 und 3.1.3 weiter ausgeführt werden.

Inhalt und Repräsentation

Die erste Ebene, auf der Filme und Fernsehsendungen analysiert werden können, ist hier eng mit der Bedeutungsbildung verbunden. Mikos (vgl. 2015, S.44) geht grundlegend davon aus, dass Filme und Fernsehsendungen einen Inhalt besitzen und eine soziale Welt repräsentieren. Zum Inhalt zählt – ganz allgemein betrachtet – alles, was gesagt und gezeigt wird. Im Fall einer Nachrichtensendung heißt das, dass alle Nachrichten, die in Wort und Bild vermittelt werden, den Inhalt der Sendung bilden. Für die Film- und Fernsehanalyse ist dahingehend aber interessanter, wie der Inhalt präsentiert wird und wie dieser damit „zur Produktion von Bedeutung und der sozialen Konstruktion von gesellschaftlicher Wirklichkeit beiträgt“ (ebd.).

Bei Mikos ist Repräsentation als die Produktion von Bedeutung mittels Sprache gemeint. Er betont dabei, dass es kein unpersönlicher Prozess ist; es gibt schließlich Akteur*innen der Bedeutungsproduktion. Genauer ausgedrückt ist die Repräsentation ein Prozess, in dem Mitglieder einer Kultur Sprachen benutzen, um Bedeutung zu produzieren. Unter Sprache versteht man hier jede Art von Zeichensystem, folglich auch Medien wie Film und Fernsehen. Hier werden zudem Zeichen genutzt, die auf unterschiedliche Arten von Sprache organisiert sind, um bedeutungsvoll mit anderen kommunizieren zu können (vgl. Mikos 2015, S.45).

„Filme und Fernsehsendungen können als Zeichensysteme betrachtet werden, die reale Welten und abstrakte Ideen, die der gesellschaftlichen Wirklichkeit entstammen, oder mögliche Welten, wie sie in Geschichten erzählt werden, repräsentieren“ (ebd.). Das geschieht mittels Bilder, Töne, Schrift, Sprache, Grafik und Musik. Aber in der Film- und Fernsehanalyse geht es nicht nur darum, welche Bilder dargestellt werden, sondern vielmehr darum, wie sie gezeigt werden (vgl. ebd.).

Narration und Dramaturgie

Die zweite Ebene, anhand dessen Filme und Fernsehsendungen analysiert werden können, ist eng mit der ersten Ebene verbunden, aber nicht mit ihr ident.

Narration und Dramaturgie unterscheiden sich folgend voneinander: Mit Narration oder Erzählung sind die kausalen Verknüpfungen von Situationen, Akteur*innen und Handlungen zu einer Geschichte gemeint (vgl. Mikos 2015, S.46). Die Narration oder Erzählung ist prinzipiell als Prozess beschreibbar. In der Erzählung wird nämlich „eine Geschichte in der Zeit entfaltet, die in der Regel an bestimmbar Orten spielt, wo Figuren handeln“ (Mikos 2015, S.117).

Die Dramaturgie ist dagegen „die Art und Weise, wie diese Geschichte dem Medium entsprechend aufgebaut ist, um sie im Kopf und im Bauch der Zuschauer entstehen zu lassen“ (Mikos 2015, S.46). Folglich ist es die Aufgabe der Dramaturgie, die Kette an Ereignissen, in denen Akteur*innen handeln, so zu gestalten, dass gewisse kognitive und emotionale Aktivitäten bei den Rezipient*innen angeregt werden. Nach Mikos (2015, S.48) ist die dramaturgische Gestaltung verantwortlich dafür, ob die Erzählung als spannend, komisch oder bedrohlich empfunden wird. Die dramaturgische Struktur legt dann fest, auf welche Art und Weise Informationen an das Publikum gelangen und wie diese Informationen weiterverarbeitet werden.

Figuren und Akteure

Die Untersuchung von Personen, Charakteren und Figuren in Filmen und Fernsehsendungen ist laut Mikos (vgl. Mikos 2015, S.49) aus zwei Gründen wichtig. Zum einen sind die dargestellten Charaktere als Handlungs- und Funktionsträger für die Dramaturgie und die Erzählstruktur der Film- und Fernsehtexte bedeutsam. Schließlich wird die Geschichte aus der Perspektive der Figuren erzählt und „es sind gerade die Interaktionsstrukturen und Rollenzuweisungen, die im Zentrum stehen“ (ebd.). Zum anderen ist die Wahrnehmung der Figuren abhängig von der Lebenswelt der Rezipient*innen und davon, welche Konzepte von Selbst, Person und Identität aktuell in der Gesellschaft kursieren.

„Mit und durch die Film- und Fernsehfiguren verständigt sich die Gesellschaft u.a. über ihre Identitäts- und Rollenkonzepte“ (ebd.). So gesehen besitzen die Akteur*innen und Figuren eine bedeutsame Funktion im Kontext der Repräsentation für die „die Subjektpositionierung und Identitätsbildung“ der Rezipient*innen (ebd.).

Gesellschaftlich etabliertes Wissen zum Beispiel über Lebensstile, Persönlichkeitsprofile und Typen stellen Muster bereit, anhand derer die Figuren und Akteur*innen interpretiert werden. Da Film und Fernsehen Kommunikationsmedien sind, ist es für die Analyse entscheidend, dass die Inszenierung der Figuren nicht nur für Kognition und Verstehen wichtig ist, sondern auch für die emotionalen Prozesse der Aneignung und Rezeption (vgl. Mikos 2015, 50 f.).

Ästhetik und Gestaltung

„Die spezifischen filmischen und televisionären Darstellungsmittel binden die Zuschauer[*innen] während der Rezeption eines Films oder einer Fernsehsendung an das Geschehen auf der Leinwand oder dem Bildschirm (Mikos 2015, S.51). Über sie werden die Zuseher*innen emotional durch die Erzählung geführt und in bestimmte Stimmungen versetzt. Mit Hilfe der Darstellungsmittel ist es möglich, die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen auf einzelne Aspekte der Darstellung zu lenken, ohne dass es ihnen immer bewusst wird. Auf diese Art und Weise werden sie in die unterschiedlichen Perspektiven der Repräsentation und Erzählung eingebunden (vgl. Mikos 2015, S.51 f.).

„Zwar wirken in der Kommunikation mit Film- und Fernsehtexten die verschiedenen gestalterischen Mittel zusammen, doch können sie in der Analyse in ihre einzelnen Komponenten zerlegt werden“ (Mikos 2015, S.181). Mikos (vgl. ebd.) unterscheidet zwischen Kamera, Licht, Bildregie, Ausstattung, Ton, Musik, visuelle Effekte und Spezialeffekte. Nach ihm trägt jedes Element anhand spezifischer Gestaltungsmittel zur Ästhetik der Film und Fernsehsendungen bei und kann die Zuschauer*innen entweder in den Text miteinbeziehen oder sie auf Distanz halten. Die ästhetischen Gestaltungsmittel regulieren folglich die Intensität der Kommunikation zwischen Film- und Fernsehtexten und dem Publikum.

Kontexte

Um die präsentierten Filmtexte überhaupt verstehen zu können, müssen die Zuschauer*innen die Informationen daraus erst verarbeiten und dann in einen für sie relevanten Kontext bringen (2015, S.26). Erst in der Interaktion mit den Zuschauer*innen erhalten Film und Fernsehtexte ihre Bedeutung. Die Interaktion zwischen den Texten und der Rezipient*innen steht dabei nicht in einem gesellschaftsfreien Raum, sondern findet in historischen, ökonomischen, juristischen, technischen, kulturellen und sozial-

gesellschaftlichen Kontexten statt. Laut Mikos (2015, S.55) sind „für die Analyse von Filmen und Fernsehsendungen (...) vor allem fünf Kontexte zentral, die sich auf die textuelle, die mediale und die kulturell-gesellschaftliche Ebene von Film- und Fernsehtexten beziehen: Gattungen und Genres, Intertextualität und Transmedia Storytelling, Diskurs, Lebenswelten, Produktion und Markt“.

Nach Mikos (vgl. ebd.) gelangen die Kontexte auf zwei Arten zur Bedeutung. Zum einen spielen sie eine wichtige Rolle, indem sie sich direkt auf die Film- und Fernsehtexte auswirken. Zum anderen findet die Produktion von Bedeutung immer von ihnen abhängig statt. Je nach Kontext kann derselbe Film auf unterschiedliche Arten gelesen werden. Die Zuschauer*innen produzieren kontextabhängig die Bedeutung. Je nach Genre sind zum Beispiel Akteur*innen und Figuren womöglich anders gestaltet und die Narration korrespondiert auf andere Weise mit der ästhetischen Gestaltung. Auch fällt die Produktion von Bedeutung bei einzelnen Filmen und Sendungen anders aus, je nach vorherrschenden Diskursen der Gesellschaft.

Zu beachten gilt, dass alle Ebenen und Kontexte empirisch nicht voneinander zu trennen sind. Vielmehr bedingen sie sich gegenseitig in der Kommunikation von Fernsehtexten und den Zuschauer*innen. In ihrer Synergie zeigt sich die Komplexität der Film- und Fernsehkommunikation (vgl. Mikos 2015, S.63). Entscheidend für die Analyse ist es, die einzelnen Ebenen und Kontexte zu trennen, um „so den jeweiligen Beitrag zum Gelingen (oder Misslingen) der Kommunikation herausarbeiten zu können“ (ebd.). Relevant für die Analyse der vorliegenden Arbeit sind die Ebenen Figuren und Akteure und Kontexte.

3.1.2 Analyseebene Figuren und Akteure

Die eingangs gestellte Forschungsfrage „F1: Welche Prozesse finden bei der Rezeption von Serien mit Transgender Charakteren statt?“ wurde für die Untersuchung in weitere Subfragen unterteilt, um eine Kategorisierung zu vereinfachen (siehe Kapitel 2.2). Die untergeordneten Forschungsfragen fokussieren sich dabei stark auf die Darstellung der Transgender-Charaktere und welche Effekte diese auslösen. Mit filmischer Inszenierung ist in diesem Zusammenhang mehr die televisuelle Darstellung der Charaktere gemeint und zielt darauf ab, herauszufinden, ob und welche Stereotype vielleicht bedient wurde. Um also verstehen zu können, wie die Darstellung letztlich die Rezipient*innen beeinflusst, muss zunächst verstanden werden, was Figuren und Akteur*innen ausmacht.

Denn auch Mikos (vgl. 2015, S.49) betont, dass die Gesellschaft sich mittels Film- und Fernsehfiguren verständigt. Mit Hilfe derer entwickelt sie Identitäts- und Rollenkonzepte, die eine „wesentliche Funktion im Rahmen der Repräsentation für die Subjektpositionierung und Identitätsbildung der Zuschauer*innen“ (ebd.) haben.

Die präsentierten Charaktere sind als Handlungsträger bedeutsam für die Geschichte im Kopf der Zuseher*innen. Emotionen sind hier enorm wichtig, denn je nach Sympathie oder Antipathie gegenüber den Charakteren werden die Zuseher*innen unterschiedliche Geschichten konstruieren. Mit einer Figur, mit der sie sympathisieren, können sie sich eher identifizieren und innerhalb der Erzählung Höhen und Tiefen miterleben. Mögliche ambivalente Handlungen der Figur, wie beispielsweise ein Racheakt, werden möglicherweise gutgeheißen, da die Zuschauer*innen die Motivation verstehen. Bei einer anderen Figur, die sie dagegen nicht interessiert oder von ihnen abgelehnt wird, kann sich zur Tat eine ganz andere Haltung entwickeln. Ob es zu einer Identifikation mit einer Figur kommt, ist nicht nur abhängig von individuellen Einstellungen und Lebenswelten der Rezipient*innen, sondern auch von der Inszenierung der Figur als Sympathieträger und Identifikationsfiguren (vgl. Mikos 2015, S.155).

Mikos (2015, S.157) unterscheidet hier zwischen drei unterschiedlichen Typen an Figuren.

1. Individualisierte Charaktere, die Merkmale in sich vereinen, die nur diesen Personen zugeordnet werden können und aufgrund derer sie sich von anderen Personen unterscheiden (z.B. Augenfarbe, Narben, Eigenschaften wie Mut oder Ängstlichkeit)
2. Serientypen, deren Merkmale nur aufgrund ihres Auftretens in der Serie und der Ausprägung der Rolle, die sie dort verkörpern, zu verstehen sind (z.B. die Entwicklung von Walter White zum Drogenproduzenten und Mörder in »Breaking Bad«)
3. Inhaber[*in] von Statuspositionen, die ausschließlich durch ihre Rolle in der Serie gekennzeichnet sind, abhängig von Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf, Klassen- oder Schichtzugehörigkeit (z.B. Pförtner, Ärztin, junger Bankmanager, homosexueller Kellner, alleinerziehende Mutter)

In komplexen Fernsehserien baut man häufiger auf ein Figurenensemble, das im Mittelpunkt steht oder auf ambivalente Held*innen. Zum Beispiel stehen bei der Serie *Orange is the New Black* eine Gruppe von Charakteren im Mittelpunkt, damit den Zuschauer*innen verschiedene Möglichkeiten zur Identifikation und parasozialen Interaktion bzw. Beziehung angeboten werden. Dank einer horizontalen¹⁰ Erzählstruktur kann sich jede Figur aus dem Ensemble genügend entfalten. Die Erzählstruktur ermöglicht auch die Darstellung ambivalenter Charaktere (wie bereits oben genannt Walter White in *Breaking Bad*). Durch die horizontale Dramaturgie ist es zudem möglich, dass Zuseher*innen eine positive Beziehung zu den Figuren herstellen können, da sie im Laufe der Handlungen etliche, teilweise widersprüchliche Facetten entfalten. Allgemein ist für die Serienanalyse von Bedeutung, die komplexen Charakterisierungen der Figuren in ihre Einzelteile zu zerlegen (vgl. Mikos 2015, S.158 f.).

Figuren und Akteur*innen können zudem zwei verschiedene Arten von Handlungsrollen in Film und Fernsehtexten annehmen. Zum einen können sie eine spezifische Funktionsrolle annehmen, die zwar einen Handlungsaspekt beinhaltet, dieser ist aber nicht dominant. Zum anderen ergeben sich Handlungsrollen für die Figuren, in denen sie Statusposition, individuelle Merkmale und auf die Handlung bezogene Biographie der Protagonisten vereinen. Die Funktionsrolle ergibt sich aus „dem Status und der Funktion, die eine Figur

¹⁰ Die Begriffe vertikal und horizontale Erzählstruktur sind eine „Unterscheidung, die solche Erzählstränge voneinander trennt, die in einer einzelnen Folge der Serie („vertikal“) behandelt oder vorangetrieben werden, von anderen, die über eine ganze Staffel oder sogar Serie hinweg („horizontal“) konzipiert sind“ (Schlichter 2016).

innerhalb eines Films oder einer Fernsehsendung inne hat (...) Zentral ist die funktionale Bestimmung“ (Mikos 2015, S.162). In der fiktionalen Erzählung gibt es Randfiguren, die nur durch die Annahme der Funktionsrolle definiert sind, Mikos (vgl. Mikos 2015, S.163) nennt als Beispiel einen Tankwart, der den Autotank des sich auf der Flucht befindenden Helden füllt oder eine Kioskverkäuferin, bei der die Detektivin eine Packung Zigaretten kauft, ehe sie zum Tatort fährt. Diese Rollen sind also per Status und Funktion definiert, aber haben die Möglichkeit, in soziale Handlungsrollen überführt zu werden. Protagonisten definieren sich sowohl über Status und Funktion als auch über die Handlung selbst. Schließlich treiben sie durch die Ausübung der Handlungsrolle die Geschichte voran.

Die Handlungsrollen der Protagonisten sind von Bedeutung für die Rezipient*innen, da sie „sowohl emotionale Nähe als auch die kognitive Repräsentation von erfahrungsbezogenen Handlungsmustern“ (Mikos 2015, 163) generieren. Zudem erfüllen alle Status- und Handlungsrollen im Fernsehen eine Doppelrolle. Einerseits stehen sie in Bezug zu Funktion und Handlung, andererseits in Bezug zur Person, die sie ausfüllt. Fernsehspezifische Inszenierungen und auch andere fiktionale Sendeformen werden von Schauspieler*innen und Medienpersönlichkeiten mitgeprägt. Die dargestellten Figuren und Akteur*innen werden folglich auch über die Schauspieler*innen und Medienpersönlichkeiten wahrgenommen. Tritt zum Beispiel das Wissen über den*die Schauspieler*in in Konkurrenz zum Wissen um die fiktive Person, kann dies zu einer Diskrepanz in der Wahrnehmung seitens der Rezipient*innen führen (vgl. Mikos 2015, S.164). Gerade bei Serien, die Transgender-Charaktere in ihre Handlung miteinbeziehen, kann es zu Diskrepanzen in der Figurenwahrnehmung führen, wenn die Schauspieler*innen nicht selber transsexuell sind oder nicht authentisch genug die Rolle der Transgender Person verkörpern.

3.1.3 Analyseebene Kontext

„Jeder Film- und Fernsehtext entsteht in diesem Zusammenhang unter spezifischen kulturellen und gesellschaftlichen Bedingungen“ (Mikos 2015, S.251). Filme und Fernsehsendungen stehen hier nicht nur in Beziehung zu aktuellen soziokulturellen Entwicklungen, sondern auch zur Geschichte der jeweiligen Medien. Im „Prozess der Produktion symbolischer Medien sind Filme und Fernsehsendungen zugleich Produkte, die auf ihre Geschichte und ihre strukturelle Eingebundenheit verweisen, und Produkte, die als Elemente der gesellschaftlichen Repräsentationsordnung wieder in die Geschichte und damit in die Gesellschaft eintreten“ (ebd.). In diesem Prozess spielen die Zuseher*innen eine wesentliche Rolle, da sie mit ihrer Rezeption von Fernsehtexten und deren Eingliederung in ihren Alltag und ihrer Lebenswelt den Prozess der gesellschaftlichen und kulturellen Dynamik vorantreiben. Schließlich bringen sie „einerseits ihre Erfahrungen mit den Texten symbolischer Medien sowie das Wissen, die Emotionen und den praktischen Sinn in die Rezeption ein und nutzen das symbolische Material der Film- und Fernsehtexte andererseits wiederum in ihrem Alltag und ihrer Lebenswelt zur Arbeit an ihrer Identität und zum sinnhaften Aufbau der sozialen Welt“ (ebd.).

Damit man nun einen Film- oder Fernsehtext verstehen und analysieren kann, muss man diesen in kontextuellen Beziehungen verorten. Dabei gilt zu beachten, dass es zu einer interkontextuellen Unendlichkeit kommen kann, weshalb entschieden werden muss, welche Kontexte für die Analyse relevant sind und welche nicht. Schließlich werden die Bedeutungen, die diese Texte in der Rezeption und Aneignung erlangen, von den Kontexten beeinflusst und variieren entsprechend (vgl. Mikos 2015, S.253).

Die Bedeutungen, die Zuschauer*innen den Texten zuschreiben, ist dabei stark mit den Diskursen, die in der Gesellschaft zirkulieren, verbunden. Mikos (vgl. 2015, S.58) versteht unter Diskurs eine Praxis, in der Zeichensysteme genutzt werden, um eine soziale Praxis aus einem bestimmten Blickwinkel darzustellen. Diskurse richten den Blick auf bestimmte Teilbereiche der sozialen Wirklichkeit und sozialer Praktiken und sind stets an Medien gebunden. Mediale Repräsentationen sind dabei selbst bereits Diskursereignisse, die Realität erst verfügbar machen. Zentral für die Analyse sind die kontextuellen Diskurse, weil sie den Rezipient*innen helfen, Sinn in die Konstruktion der sozialen Realität zu bringen. Film- und Fernsehtexte als diskursive Praktiken fügen sich daraufhin in die

gesellschaftlichen Diskurse ein. Im Rahmen der diskursiven Praktik können romantische Komödien zum Beispiel die Liebe zum Gegenstand haben, aber zeitgleich in Konkurrenz stehen zum Diskurs, der eine Beziehung rein ökonomisch-materiell sieht (vgl. Mikos 2015, S.59). Die Serie Ugly Betty, die in Kapitel 3.4 untersucht wird, stellt das (Liebes-)Leben der Figur Betty in den Mittelpunkt, steht aber zugleich im Diskurs der gesellschaftlich auferlegten Schönheitsideale.

Vor allem handlungsleitende Themen aus den Film- und Fernsehtexten werden in die Lebenswelt der Zuschauer*innen übernommen. Die Themen können sich auf die gesamte Lebenssituation der Rezipient*innen beziehen oder nur bestimmte Aspekte des Lebens betreffen oder sie können für gewisse Gruppen von Zuschauer*innen relevant sein. Die Gruppen verbindet eine gemeinsame Lebenssituation, die aus einer sozial-strukturellen Lage resultiert. Beispielsweise sind für alle Mütter* die Sorge um ihre Kinder handlungsleitendes Thema. Kinder beschäftigen sich ab einem gewissen Alter mit der Loslösung vom Elternhaus, und damit auch von den Müttern*. Filme und Fernsehsendungen, die die Interaktionsmuster zwischen Kindern und Müttern* zeigen, greifen beide Themen auf (vgl. 2015, 283). Wird in den Film und Fernsehsendungen zum Beispiel ein transidenten Kind dargestellt, bleiben die handlungsleitenden Themen wie Verlustängste der Mütter* und Ablösung vom Elternhaus dennoch gleich, da die Themen universell sind. Zwar kann Verlustangst der Mutter* verstärkt werden durch Transidentität des Kindes, schließlich ist diese in der Gesellschaft oftmals mit Stigmatisierung verbunden, aber die Angst wäre auch ohne das Merkmal der Transidentität vorhanden.

Filme und Fernsehsendungen legen dabei Genre-abhängig unterschiedlichen Wert auf die Repräsentation der Lebenswelten. In Familienserien stehen zum Beispiel die Gestaltung der Interaktionsverhältnisse und der Aufbau eines empathischen Feldes im Vordergrund. Andere Filme und Sendungen tauchen dagegen tief in die Lebenswelt ihrer dargestellten Figuren und Akteur*innen ein. Mikos (vgl. 2015, S.285) nennt an dieser Stelle den Film *Trainspotting*, der die Lebenswelt eines Heroinabhängigen – angefangen von der täglichen Versorgung mit Heroin bis hin zu den Strapazen eines Entzugs – zeigt. Schlussendlich lässt sich festhalten, dass die Zeichnung lebensweltlicher Zusammenhänge mit der Darstellung handlungsleitender Themen einhergeht, „die zu dem Wissen, den Emotionen und dem praktischen Sinn der Zuschauer*innen bzw. Zuschauergruppen geöffnet sind“ (ebd.)

3.1.4 Auswahl des Untersuchungsmaterial

Grundsätzlich zur Film- und Fernsehanalyse ist festzuhalten, dass es zwei grundlegende Richtungen gibt: empirisch-sozialwissenschaftliche Methoden (quantitativ) und hermeneutische Interpretationsverfahren (qualitativ) (vgl. Hickethier 2012, S.31). Die vorliegende Magisterarbeit orientiert sich in diesem Sinne an der hermeneutischen Fernsehanalyse, bei welcher das Sinnverstehen im Vordergrund steht. Aus diesem Grund kann die Analyse weder von der Subjektivität der Rezipient*innen noch der Analysierenden absehen. In Bezugnahme auf vorhandenes Vorverständnis der Analysierenden wurde entschieden, dass die Serien Glee, Ugly Betty und Orange Is The New Black (OITNB) untersucht werden..

Network TV vs. Subscription on Demand

Um vor allem die Frage „F5: Welche Unterschiede lassen sich in der Darstellung von Transgender Charakteren auf verschiedenen Distributionskanälen verzeichnen?“ beantworten zu können, wurden für die Analyse zwei Serien aus dem Bereich Network TV und eine Subscription Video on Demand ausgewählt.

Da die Distributionskanäle zunehmend an Bedeutung für die Rezeption von Medientexten gewinnen, ist es bedeutsam, auf die möglichen Differenzen zwischen den unterschiedlichen Kanälen einzugehen. Denn die Art, wie Filme und Serien auf SVoD-Plattformen angeboten werden, unterscheidet sich hier fundamental von dem Flow der linearen Fernsehübertragung (vgl. Lobato 2018, S.241). SVoD-Dienste wie Netflix werden zudem stark vom Wunsch der Zuseher*innen nach neuen Genres und Inhalten gelenkt.

So, wie Network Serien Jahre zuvor die Gesellschaft beeinflusst haben, hat das Aufkommen von SVoD-Plattformen die Entwicklung zahlreicher neuer Serien und Charakteren bedingt. Anhand dieser Methode versuchen Plattformen wie Netflix das schnell wachsende Publikum bezüglich dessen Diversität widerzuspiegeln und auch folglich anzusprechen (vgl. Corfield 2017, S.14).

Genre Dramey

„Da narratives Wissen und das Wissen um die filmischen Darstellungsformen eine wichtige Rolle im Prozess des Filmverstehens und der Entwicklung der individuellen Geschichte im Kopf spielen, ist es wichtig, in der Analyse das Genre des zu analysierenden Films zu bestimmen und die Konventionen der Erzählung und der Darstellung herauszuarbeiten. Denn die Zugehörigkeit eines Films oder einer Fernsehsendung zu einem bestimmten Genre strukturiert bereits die Erwartungen des Publikums vor. Ein Genre ist in diesem Sinn gewissermaßen ein Gebrauchswertversprechen.“ (Mikos 2015, S.56)

Das Wissen über das Genre und dessen Konventionen schafft folglich eine Art des kommunikativen Vertrauens, die Zuschauer*innen können sich ihrer Erwartung sicher sein und zeitgleich kann der Medientext darauf vertrauen, dass die Zuschauer*innen ihr Wissen aktivieren und somit ihren Teil zur Geschichte beitragen (vgl. Mikos 2015, S.56). Man darf jedoch nicht außer Acht lassen, dass Serien nicht nur die dominanten Merkmale des Genres, dem sie zugeordnet werden, sondern auch andere genretypischen Elemente enthalten können (vgl. Mikos 258).

Nach IMBD werden die zu untersuchenden Serien mit folgenden Genres kategorisiert:

- Ugly Betty: Comedy, Drama, Romance
- Glee: Comedy, Drama, Music, Musical
- Orange Is The New Black: Comedy, Crime, Drama

Als gemeinsamer Nenner stellt sich das Genre Dramey heraus, dass eine Wortzusammensetzung aus den Kategorien Drama und Comedy ist. Um die Besonderheit der Vermischung beider Kategorien zu verstehen, muss zunächst erläutert werden, in welchem Ausmaß sie sich voneinander unterscheiden.

Den größten Unterschied sieht Waples (vgl. 2015) in der Handlungsentwicklung und der Charaktertiefe. Im Gegensatz zu den Comedy-typischen vertikalen Handlungssträngen zieht sich die Entwicklung der Handlung und der Charaktere im Drama horizontal über mehrere Folgen und Staffeln hinweg. Für Serien des Comedy-Genres ist es typisch, dass die Handlung innerhalb einer Folge abgeschlossen wird. Dramas hingegen setzen geradezu voraus, die Serie in chronologischer Folge anzusehen, um in vollem Ausmaß verstehen zu können, wie sich die Handlung entfaltet. Drameys versuchen Elemente beider zu vereinen und balancieren Humor und Ernsthaftigkeit.

„Serialized plotlines, sharp wit and just enough character development so as to provoke sympathy from audiences without drowning the series in flashbacks, the dramedy is a far more intelligent and intricate equation than most realize.“ (Waples 2015)

Man darf jedoch nicht vergessen, dass Dramedy-Serien selten ein perfektes Verhältnis zwischen den Elementen von Comedy und Drama präsentieren. Die Serien *Ugly Betty* und *Glee* sind zum Beispiel wesentlich unbeschwerter als *OINTB*, dennoch sind sie alle Dramedies. Waples (2015) beschreibt den Reiz der Dramedies wie folgt:

„Not too serious nor too frivolous, the dramedy strikes the perfect chord with masses of audiences, regardless of background, who seek some significance and personal relatability from the shows they watch, while still being able to laugh“

Stichproben

Nach Mikos (2015, S.79) Auffassung liegen alle Auswahlverfahren der Stichprobenwahl zugrunde, „dass jeder Film oder jede Fernsehsendung, die aus der Grundgesamtheit der Stichprobe aufgenommen wird, exemplarisch ist“. Die zu untersuchenden Strukturen und Funktionen lassen sich an ihnen stellvertretend für die Grundgesamtheit untersuchen. Die Bildung von Stichproben bei der Fernsehanalyse ist dann notwendig, da sich das Erkenntnisinteresse nicht auf einen einzelnen, prototypischen Film bezieht, sondern auf eine Gruppe von Filmen und Fernsehsendungen (vgl. ebd.). In dem Fall der vorliegenden Arbeit besteht das Untersuchungsmaterial aus einer Gruppe von Serien, des Genres Dramedy, die Transgender Charaktere beinhalten und da es aus forschungsökonomischen Gründen nicht alle Folgen der Filme oder Fernsehsendungen analysiert werden können, muss das Material eingegrenzt werden.

Die Grundgesamtheit der Analyse besteht zum jetzigen Zeitpunkt aus 297 Episoden (85 *Ugly Betty*, 121 *Glee*, 91 *Orange Is The New Black*). Für die Beantwortung der in Kapitel 2.2 gestellten Forschungsfragen, die sich auf die Wirkungs- und Identifikationspotentiale der seriellen Darstellung von Transgender Charakteren beziehen, sind nur die Folgen, in denen besagte Charaktere vorkommen, von Relevanz. Exemplarisch sollen für die Untersuchung jeweils eine um die Charaktere zentrierte Folge untersucht werden.

Die Analyse wird zudem mit Hilfe eines Sequenzprotokolls erfolgen, das die jeweiligen Episoden als Zusammensetzungen einzelner Sequenzen erfasst. Unter Sequenz „wird dabei eine Handlungseinheit verstanden, die zumeist mehrere Einstellungen umfasst und sich durch ein Handlungskontinuum von anderen Handlungseinheiten unterscheidet“

(Hickethier 2012, S.37). Handlungseinheiten werden durch Ortswechsel, Veränderung der Figurenkonstellation oder durch einen Wechsel in der Erzählzeit gekennzeichnet.

Um die Darstellung der Transcharaktere miteinander vergleichen zu können, fokussiert sich die vorliegende Magisterarbeit auf die Darstellung der Hauptcharaktere, die Transgender sind.

In *Ugly Betty* und *OITNB* gibt es jeweils nur eine Person, die Transgender ist. Die Protagonisten sind alle Male-to-Female, *Glee* stellt hier einen Sonderfall dar, da es sogar zwei Transgender Protagonisten gibt. Es handelt sich dabei um einen MtF und einen FtM-Charakter.

Die aktuelle Zusammensetzung der Stichprobe erfolgt folgendermaßen:

- *Ugly Betty*: 1x14 I'm Coming Out
- *Glee*: 6x07 Transitioning,
- *OITNB*: 1x03 Lesbian Request Denied,

3.2 Serienanalyse Ugly Betty – I'm Coming Out

3.2.1 Prämisse der Serie

Betty Suarez, eine 22-jährige Amerikanerin mit mexikanischen Wurzeln und keinem Sinn für Mode, ist die Hauptprotagonistin der Serie. Sie ist bekannt für ihre Zahnsperre, ihren eher ungewöhnlichen Kleidungsstil und für ihre liebenswerten wenn auch manchmal naive Art. Sie wird schlagartig Teil der Modewelt als sie einen Job bei der Zeitschrift Mode bekommt. Daniel Meade ist Sohn des Inhabers Bradford Meade und ist erst seit kurzem Chefredakteur des Magazins. Bradford stellt Betty als neue Assistentin für seinen Sohn, der sonst für seine Frauengeschichten bekannt ist, ein um ihn auf den auf den rechten Pfad zu leiten. Im Laufe der Zeit freundet sich das ungleiche Duo an und hilft sich gegenseitig sowohl in ihren persönlichen als auch professionellen Leben.

Das Leben bei Mode wird den beiden zusätzlich von ihren Arbeitskolleg*innen erschwert. Die Antagonistin ist Wilhelmina Slater, die bekannt ist für ihre rachsüchtige Art ist. Ihr Hauptanliegen ist es an Daniels Posten zu gelangen und so Kontrolle über das Meade Publikationshaus zu bekommen.

3.2.2 Die Figur Alexis Meade

Zentrale Figur für die Analyse ist die Figur von Alexis Meade. Alexis wurde als Alex Meade geboren und ist zum Zeitpunkt des Seriendebüts tot geglaubt. Daniel wird von seinem Vater auch nach dessen vermeintlichen Tods immer noch an Alex' Leistungen gemessen. Generell lastet der Tod, der in der Serie zwei Jahre zurückliegt, schwer auf der Familie Meade. Unter anderem führte die Trauer über Alex' Tod zum Alkoholismus der Mutter Claire.

Tatsächlich erscheint Alexis erstmals in der Folge *In or Out*. In der Episode erzählt Daniel Betty, dass sein Bruder bei einem Skiunfall ums Leben gekommen ist. Am Ende der gleichen Folge, sieht man wie sich Wilhelmina mit einer bandagierten Frau* unterhält. Sie nennt die Person bei dem Namen „Alex Meade“, woraufhin die Frau* Wilhelmina korrigiert und sagt, dass sie jetzt „Alexis“ heißt.

Den ersten tatsächlichen Auftritt hat Alexis in der Folge *I'm Coming Out*. Anfangs versucht sie ihre Tarnung zu wahren, gibt aber schnell ihre wahre Identität preis und gesteht Daniel wer sie wirklich ist. Im Laufe der Serie stellt sich heraus, dass Daniel zwar

immer nur annahm ihr Vater Bradford bevorzuge Alexis, doch diese stellt klar, dass dem nicht so ist. All die Freizeitaktivitäten die Alexis und ihr Vater miteinander unternahmen, um die sie Daniel immer beneidet hat, waren Bradfords Versuche Alexis' von ihrem Wunsch danach eine Frau zu werden, zu heilen. Aus diesem Grund waren die geteilten Aktivitäten traditionell männlich behaftet, wie zum Beispiel Football.

Alexis offenbart zu einem späteren Zeitpunkt wie es zum Bruch zwischen ihr und ihrem Vater gekommen ist. Als sie Bradford von ihrem Wunsch nach einer Geschlechtsangleichung erzählte, drohte er damit sie zu enterben und es ihm sagte es wäre ihm sogar lieber sie wäre tot, als dass sie sich zu einer Frau* umwandeln lässt. Das ist auch der Grund, weshalb Alexis ihrem Bruder nie von ihrem Wunsch eine Frau zu sein erzählte, nämlich aus Angst er könne genauso ablehnend reagieren wie ihr Vater.

3.2.3 Inhaltsangabe zur Folge

Es ist Fashion Week in New York und Betty ist bemüht, dass die Runway Show von MODE reibungslos abläuft. Zu ihrem Entsetzen, bietet Daniel der aktuell arbeitslosen Hilda einen Job als Aushilfe für Show an. Betty ist jedoch ganz und gar nicht darüber erfreut mit ihrer Schwester arbeiten zu müssen, da Hilda berüchtigt dafür ist, Betty das Rampenlicht zu stehlen. Zudem hat Betty in der Vergangenheit schon Jobs verloren wegen Hildas Fehlverhalten, weshalb Betty dieses Mal vermeiden will, dass Hilda überhaupt auffällt und teilt ihr mondäne Aufgaben zu. Diese Versuche scheitern jedoch.

Während der Fashion Week spricht Henry Betty darauf an, weshalb sie nie auf seine Nachricht geantwortet hat. Wie es sich herausstellt hinterließ Henry die Nachricht bei Hilda, diese gab die Nachricht aber nie weiter an Betty. Die Realisation darüber, verärgert Betty enorm und die Spannungen zwischen den Schwestern verhärten sich. Als Betty sieht, dass Hilda als Hairstylist arbeitet, kommt es zu einem verbalen Schlagabtausch der beiden Schwestern. Dieser eskaliert darin, dass die Haare eines Models Feuer fangen und Betty daraufhin Hilda entlässt. Eine weitere Eskalation erreicht die Situation als Betty ihre Schwester und Daniel erwischt wie sie miteinander knutschen. Betty wirft Hilda all die Gründe vor, weshalb sie nicht mit ihr arbeiten möchte aber Hilda versichert Betty, dass sie kein Interesse daran hat ihr das Rampenlicht zu stehlen. Es wird klar, dass beide Schwestern ihr Päckchen zu tragen haben und viele Reibungspunkte zwischen ihnen lediglich auf Missverständnissen beruhen. Der Konflikt

löst sich, nach dem Hilda sich dafür entschuldigt Betty nichts von Henrys Nachricht gesagt zu haben.

Währenddessen plagt sich Ignacio mit Constance herum, die seine Unterlagen für die anstehende Anhörung nicht eingereicht hat. Constance erklärt Ignacio tränenreich, dass ihr Freund sie verlassen hat. Zu einem späteren Zeitpunkt taucht Constance erneut bei den Suarez zu Hause auf. Walter beobachtet wie sich Constance mit Lebensmitteln einnistet und für Ignacio Gumbo kocht. Walter schlägt Ignacio vor, er solle doch Constance und ihren Ex wiederzusammen bringen, damit Ignacio wieder seine Ruhe hat. Als der Ex dann auftaucht, stellt sich heraus, dass es ein Muster bei Constance zu sein scheint sich mit Klienten einzulassen. Der Ex schlägt vor, dass Ignacio die Situation ausnutzen soll, um so schneller an seine Greencard zu kommen, schließlich habe er auch auf diesem Wege seine erlangt.

Anderswo unterzieht sich Wilhelmina einer mysteriösen Schönheitsbehandlung unter auf Anraten von Fabia. Wie sich herausstellt war das nur ein Streich von Fabia, da die Behandlung Wilhelmina entstellt. Ihre Augen sind so sehr entzündet, dass sie Marc als Sehbegleitung braucht, was Fabia überaus amüsiert.

Christina, die auf der Fashion Show für MODE debütieren soll, richtet noch die letzten Outfits, als Wilhelmina an sie herantritt und verlangt eines der Models auszutauschen.

Marc und Amanda sind währenddessen damit beschäftigt, das nächste It-Piece (ein Rock aus Hasenfell) zu klauen.

Bradford Meade versichert Daniel, dass er vorhat nach der Laufsteg Show für MODE seinen Rücktritt anzukündigen und das Publikationshaus seinem Sohn zu überlassen. Daniel, der langsam in seine Rolle als Chefredakteur hineingewachsen ist, trifft auf einen alten Freund wieder, der all dem keinen Glauben schenkt. Während der Fashion Week schließen die beiden eine Wette ab, deren Ziel ist, Alexis rumzubekommen. Daniel versucht Alexis näher zu kommen, diese spielt auch zunächst noch mit aber offenbart relativ schnell ihrem Bruder, dass sie sein Bruder Alex ist und sich einer Geschlechtsangleichung unterzogen hatte. Daniel ist schockiert. Es entbricht ein Streit zwischen den Geschwistern. Doch Daniel hält die Situation nicht aus und verschwindet mit einer Flasche und betrinkt sich. Hilda findet ihn betrunken und leistet ihm Gesellschaft. Zu diesem Zeitpunkt küssen sie sich, wobei Betty sie dann eben erwischt.

Die Ereignisse erreichen ihren Höhepunkt nach Christinas Modenschau bei der Alexis als letztes Model über den Laufsteg geht. Als Bradford das Mikro ergreift, wird er von Alexis unterbrochen, die sich vor versammeltem Publikum outet. Im gleichen Zuge macht sie Bradford für den Tod der ehemaligen Chefredakteurin Fey Sommers verantwortlich, worauf die Polizei ihn noch vor Ort festnimmt.

3.2.4 Interpretation relevanter Sequenzen

Das komplette Sequenzprotokoll für die Folge *I'm Coming Out* umfasst 40 Sequenzen bei einer Folgendauer von 43 Minuten.

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
1	00:00 – 00:38	Verschiedene	Verschiedene	Rückblende/Zusammenfassung der vorherigen Folge.
2	00:38 – 01:00	Zuhause bei den Suarez	Hilda, Betty, Ignacio, Justin	Hilda sitzt essend vor dem Fernseher. Betty kommt die Treppe herunter, geht hinter ihrer Schwester vorbei in die Küche. Am Küchentisch sitzen bereits ihr Vater Ignacio und ihr Bruder Justin.
3	01:00 – 01:02			Kurze Einblendung des Titelbilds „Ugly Betty“
4	01:02 – 02:33	Zuhause bei den Suarez	Betty, Ignacio, Justin	Betty macht sich fertig für die Arbeit. Ihre arbeitslose Schwester Hilda fragt Betty danach ob es Jobmöglichkeiten bei Bettys Firma während der Fashion Week gibt, diese verneint es aber. Ignacio nimmt Betty bei Seite und fragt ob sie nicht doch etwas für ihre Schwester tun könne. Betty erzählt von einem Vorfall aus der Vergangenheit, der dazu führte dass Betty bei einem ehemaligen Job gekündigt wurde und begründet damit warum sie ihrer Schwester zu keinem Job verhelfen möchte.
5	02:33 – 03:21	Büro von Bradford Meade	Bradford Meade, Daniel	Bradford Meade schenkt zwei Gläser mit Alkohol ein als sein Sohn Daniel die Szene betritt. Bradford und Daniel sprechen darüber kurz über den Tod seines Bruders und darüber wie sich Daniel in der Firma bewiesen hat. Bradford kündigt an nach der letzten Fashion Week Show seinen Rücktritt anzukündigen. Vater und Sohn stoßen gemeinsam an.
6	03:21 – 04:27	Schreibtisch von Marc St. James	Marc, Amanda, Fabia	Amanda erwischt Marc dabei wie er am Computer eine Werbung für eine Kreuzfahrt ansieht. Marc erklärt Amanda, dass er Insider News zum neuen „It-Item“ der Fashion Week verkauft. Das Gespräch von Amanda und Marc wird beendet durch den Auftritt von Fabia, die an Marc vorbei in das Büro von Wilhelmina Slater geht.
7	04:27 – 06:49	Büro von Wilhelmina Slater	Wilhelmina, Fabia, Marc	Fabia und Wilhelmina tauschen Begrüßungsfloskeln aus. Die Unterhaltung wendet sich schnell anderen Themen zu. Wilhelmina behauptet dabei, dass Fabia sich einer Schönheitsoperation unterzogen hatte. Fabia dementiert und erzählt von einem Wundermittel aus Chinatown und verlässt kurz darauf das Büro. Wilhelmina ruft Marc zu sich ins Büro. Noch ehe sie ihm einen Auftrag nennen kann, wiederholt die Adresse die Fabia zuvor genannt hatte und verschwindet schon wieder.
8	06:49 – 07:59	Rezeption von MODE	Amanda, Betty, Henry, Hilda	Amanda und Betty unterhalten sich als Henry dazu stößt. Plötzlich taucht Hilda auf und unterbricht die beiden. Hilda erklärt Betty, dass sie sich auf einen Job bei MODE beworben hat. Betty ist nicht erfreut darüber und schickt Hilda weg als diese Daniel Meade entdeckt und ihm zurufen will.
9	07:59 – 08:44	Großraumbüro bei MODE	Betty, Daniel, Becks	Betty geht auf Daniel zu, sie gehen ein Stück gemeinsam und unterhalten sich als Daniel von seinem Freund Becks zu Boden geworfen wird. Betty und Becks tauschen sich kurz aus, ehe er und Daniel das Großraumbüro verlassen.
10	08:44 – 10:06	Büro von Daniel Meade	Becks, Daniel Meade	In Daniels Büro erzählt Becks ihm von seinen Erfahrungen in Afrika, dass er wegen der Fashion Week zurück sei und vorhat ein Model „abzuschleppen“. Daniel dagegen von seinen Aussichten auf den Posten des Chefredakteurs von MODE.
11	10:06 – 10:58	Schreibtisch von Betty	Betty, Hilda, Daniel	Betty und Hilda stehen an Bettys Schreibtisch. Ihr Gespräch wird unterbrochen als Daniel aus seinem Büro herausschaut und Hilda entdeckt. Hilda erklärt ihm, dass sie gerade auf der Arbeitssuche ist, worauf er meint, dass sie jederzeit noch Hilfe für die Fashion Week benötigen und dass Betty Hilda mit ins Boot holen solle. Betty ist nicht erfreut darüber, Hilda tut ihre Reaktion jedoch ab.
12	10:58 – 11:11			Vorspann der Serie
13	11:11 – 12:40	Designateller bei MODE	Betty, Christina McKinney	Während Christina an einem Model arbeitet und noch letzte Details an einem Kleidungsstück korrigiert, lässt Betty ihren Frust über ihre Schwester Hilda aus. Als Betty fertig ist, sprechen sie kurz über Christinas Aufregung über Fashion Week. Betty versucht sie aufzubauen.
14	12:40 – 14:03	Zuhause bei den Suarez	Ignacio, Constance	Ignacio und seine Sachbearbeiterin Constance sitzen am Küchentisch und gehen die benötigten Unterlagen für seine bevorstehende Anhörung durch als sie plötzlich in Tränen ausbricht und davon erzählt, dass ihr Freund sie verlassen hat. Ignacio versucht Constance zu trösten.
15	14:03 – 14:48	Unbekannt / Hotelzimmer von Alexis Meade	Wilhelmina Slater, Alexis Meade	Wilhelmina und Alexis unterhalten sich am Telefon über ihren gemeinsam ausgeheckten Plan. Am Ende der Sequenz erkennt man, dass Wilhelmina an dem Ort ist wo auch Fabia sonst für ihre Wunderbehandlung hingeht.
16	14:48 – 15:53	Zuhause bei den Suarez	Betty, Hilda, Justin	Betty und Hilda machen sich auf dem Weg zur Arbeit, an der Tür werden sie jedoch von Justin aufgehalten, der ebenfalls mit zur Fashion Week möchte. Zunächst unentschlössen stimmen sowohl Hilda als auch Betty zu.
17	15:53 – 16:10	Zuhause bei Wilhelmina Slater	Wilhelmina	Wilhelmina wacht entspannt auf, greift zum Spiegel und kreisch. Ihr Gesicht bleibt dabei verdeckt vom Handspiegel.
18	16:10 – 17:40	Fashion Week	Daniel, Becks	Becks versucht Daniel zu einer Wette anstiften bei der es darum geht die schönste Frau auf der Fashion Week abzuschleppen. Zunächst lehnt Daniel die Wette ab. Alexis betritt derweil den roten Teppich. Als die Becks und Daniel sie sehen, stimmt Daniel der Wette zu, nichts ahnend von ihrer wahren Identität. Es wird impliziert, dass Alexis das Zielobjekt ist. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.

19	17:40 -18:25	Fashion Week	Betty, Justin	Man sieht Justin und Betty das Fashion Week Festzelt betreten. Hilda stößt zu ihnen. Betty ermahnt Hilda wegen ihres Auftretens und schickt sie zum Arbeiten. Justin weist sie daraufhin sich unauffällig zu verhalten.
20	18:25 – 19:26	Zuhause bei Wilhelmina Slater / Fashion Week	Wilhelmina, Marc, Amanda	Es wird enthüllt, dass Wilhelminas Augen geschwollen und entzündet sind. Marc muss fortan stets an Wilhelminas Seite sein, da sie nichts sieht. Marc ruft Amanda an und bittet um ihre Hilfe bezüglich seiner Nebeneinkunft. Sie soll statt ihm das „It-Item“ der Fashion Week finden und die Insider News verkaufen, dafür teilen sie sich den Profit aus dem Insiderhandel.
21	19:26 – 20:25	Zuhause bei den Suarez	Ignacio, Walter, Constance	Ignacio und Walter spielen Domino als es an der Tür klingelt und Constance dasteht. Sie erklärt Ignacio, dass sie aus Dank für ihn ein Gambo kochen möchte und geht mit Einkaufstüte in die Küche.
22	20:25 – 21:08	Fashion Week	Daniel, Becks, Alexis	Becks versucht sich an Alexis heranzumachen, diese wehrt seinen Flirtversuch jedoch ab. Daniel stößt zu den beiden und schickt Becks weg. Daniel stellt sich Alexis vor und fragt ob sie sich bereits kennen, worauf sie aber nicht antwortet, sondern nur schmunzelt.
23	21:08 – 21:59	Zuhause bei den Suarez	Ignacio, Walter, Constance Grady	Ignacio und Walter unterhalten sich darüber wie Ignacio den ungewollten Avancen von Constance entkommen kann. Sie kommen zu dem Schluss, dass Ignacio sie und ihren Exfreund wieder zusammenbringen muss.
24	21:59 – 25:25	Fashion Week	Fabia, Wilhelmina, Marc, Amanda, Hilda, Betty, Henry	Fabia macht sich über Wilhelmina lustig. Wilhelminas Augen sind noch immer angeschwollen. Amanda ruft Marc an und behauptet das neue „It-Piece“ gefunden zu haben. Hilda und Betty sticheln sich gegenseitig. Henry spricht Betty darauf an weshalb, sie ihn nach Weihnachten nicht zurückgerufen hat als er sie einladen wollte. Es stellt sich heraus, dass er bei Hilda die Nachricht für Betty hinterließ aber Hilda gab sie nie an Betty weiter. Erbost stürmt Betty weg. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
25	25:25 – 26:13	Fashion Week	Wilhelmina, Justin, Marc, Amanda	Man sieht wie Wilhelmina und Justin zusammenstehen, Justin beschreibt ihr die Personen die vorbeikommen, da sie immer noch nichts sehen kann. Amanda und Marc versuchen einen Plan auszuhacken wie sie den Rock den Amanda als It-Piece ausfindet gemacht hat, klauen zu können.
26	26:13 – 27:31	Fashion Week Backstagebereich	Betty, Hilda	Betty will Hilda zur Rede stellen, es kommt zu einem kurzen verbalen Schlagabtausch woraufhin Betty Hilda entlässt. Diese stürmt aufgebracht davon.
27	27:31 – 28:59	Fashion Week	Alexis, Daniel, Betty	Daniel versucht Alexis näher kennenzulernen als eine aufgewühlte Betty auftaucht. Daniel versucht Betty aufzumuntern und zu ermutigen, was Alexis wohlwollend beobachtet. Nachdem Betty geht, wendet sich Alexis an Daniel und meint er sei anders als sie erwartet hatte. Auf die Frage hin woher sie ihre Quelle beziehe, behauptet Alexis, dass sie früher mit Daniels Bruder liiert war.
28	28:59 – 29:33	Fashion Week Backstagebereich	Amanda, Marc	Amanda und Marc versuchen einen Rock zu stehlen.
29	29:33 – 30:53	Fashion Week	Alexis, Daniel	Alexis offenbart Daniel ihre wahre Identität. Daniel reagiert schockiert.
30	30:53 – 31:10	Fashion Week Laufsteg	Bradford Meade, Betty	Bradford Meade will von Betty wissen wo Daniel ist.
31	31:10 – 32:10	Fashion Week Außenbereich	Daniel, Alexis	Daniel versucht vor Alexis wegzulaufen, sie folgt ihm jedoch und versucht sich zu erklären.
32	32:10 – 33:02	Fashion Week Backstagebereich	Amanda, Marc, Becks	Amanda und Marc versuchen noch immer den Rock zu stehlen. Becks stößt zu ihnen dazu und Amanda bittet ihn, den Rock zu holen.
33	33:02 -33:46	Fashion Week Laufsteg	Betty, Katherine McPhee	Betty trifft auf Katherine McPhee und erzählt ihr, dass sie ein Fan von ihr ist. Katherine McPhee fragt aber nur „Suarez? Are you Hilda's sister?“ und gibt ihr eine signierte CD für Hilda. Betty geht weg und schenkt die CD weiter.
34	33:46 – 34:20	Fashion Week Außenbereich	Daniel, Hilda	Hilda trifft auf ihrem Weg nach draußen auf einen betrunkenen Daniel. Beide laminieren über ihre Schwestern.
35	34:20 – 35:51	Zuhause bei den Suarez	Ignacio, Dexter Agnant	Dexter trifft bei den Suarez ein nachdem Ignacio ihn angerufen hat. Dexter eröffnet Ignacio, dass Constance auch einst seine Sachbearbeiterin war und die einzige Möglichkeit auf eine Greencard sei mit ihr zusammen zu kommen sobald sie ihr Auge auf einen geworfen hat. Anders würde die Abschiebung drohen.
36	35:51 – 36:12	Fashion Week Backstagebereich	Christina McKinney, Wilhelmina, Justin	Justin bringt Wilhelmina zu einer aufgeregten Christina. Wilhelmina erklärt ihr, dass sie sich ihren Platz auf der Fashion Week verdient habe, verlangt aber eine kurzfristige Änderung im Model Line-Up.
37	36:21 – 36:30	Fashion Week Außenbereich	Betty, Hilda, Daniel	Auf der Suche nach Daniel, läuft Betty nach draußen und erwischt ihn dort wie er mit ihrer Schwester knutscht. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
38	36:30 – 39:01	Fashion Week Außenbereich	Betty, Hilda, Daniel	Daniel lässt die beiden Schwestern alleine. Was als Streit beginnt, endet damit, dass sich die Schwestern aussprechen.
39	39:01 – 42:24	Fashion Week Laufsteg	Bradford Meade, Hilda, Justin, Betty, Alexis, Wilhelmina, Christina McKinney, Daniel	Man sieht die Fashion Show von Christina McKinney. Alexis läuft ebenfalls als Model mit. Als Bradford nach dem Ende der Show eine Ansprache halten will, unterbricht ihn Alexis. Vor versammeltem Publikum outet sich Alexis und ihr Vater Bradford wird verhaftet.
40	42:24 – 42:59			Abspann der Serie

Als relevante Sequenzen für die Analyse gelten jene Sequenzen in denen der Transgender Charakter entweder als Figur vorkommt oder in der Handlung über die Person gesprochen wird. Für die Interpretation sind hier die Sequenzen 1, 5, 15, 18, 22,

27, 29, 31 und 39 von Relevanz. Die einzelnen Sequenzen lassen sich aber Gruppieren und verdeutlichen auf welchen Ebenen der Charakter Alexis Meade konstruiert wird.

Feminine Weiblichkeit und Passing

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
1	00:00 – 00:38	Verschiedene	Verschiedene	Rückblende/Zusammenfassung der vorherigen Folge.
15	14:03 – 14:48	Unbekannt / Schlafzimmer von Alexis Meade	Wilhelmina, Alexis Meade	Wilhelmina und Alexis unterhalten sich am Telefon über ihren gemeinsam ausgeheckten Plan. Am Ende der Sequenz erkennt man, dass Wilhelmina an dem Ort ist wo auch Fabia sonst für ihre Wunderbehandlung hingeht.

In Sequenz 1 werden die Zuschauer*innen mittels Rückblende abgeholt und sind dank derer auf dem aktuellsten Stand. In der Rückblende betreffend Alexis, sieht man wie sie sich mit Wilhelmina unterhält. Sie steht dabei vor einem großen Ganzkörperspiegel, betrachtet sich darin während sie ein enges, tief ausgeschnittenes Kleid trägt. Alexis wirkt zufrieden als sie sich betrachtet. Wilhelmina betrachtet Alexis wohlwollend und meint, dass sich der Skiunfall ausgezahlt hätte und nennt sie dabei bei ihrem alten Namen. Alexis korrigiert sie natürlich.

Während Sequenz 15 telefonieren Alexis und Wilhelmina miteinander. Wilhelmina liegt offensichtlich auf einem Behandlungsstuhl, es ist zum Anfang der Szene jedoch nicht klar wo sie sich genau befindet. Alexis wird gezeigt wie sie in ihrem Schlafzimmer vor dem Spiegel steht, während sie mit Wilhelmina telefonierte betrachtet sie sich im Spiegel. Als sie sich vom Spiegel wegbewegt sieht man, dass sie nur Lingerie anhat.

In beiden Sequenzen wird mittels ästhetischer Gestaltungen die feminine Weiblichkeit von Alexis etabliert. Sie wird explizit in körperbetonter Kleidung gezeigt, die den Fokus auf den weiblichen Körper legt. Zu beachten sei hier vor allem, dass die Schauspielerin, die Alexis verkörpert, Rebecca Romijn ist. Rebecca ist anders als die Figur, die sie spielt Cis-Gender.

Das setzt sich dann fort in den Sequenzen 18, 22 und 27.

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
18	16:10 – 17:40	Fashion Week	Daniel, Becks	Becks versucht Daniel zu einer Wette anstiften bei der es darum geht die schönste Frau auf der Fashion Week abzuschleppen. Zunächst lehnt Daniel die Wette ab. Alexis betritt derweil den roten Teppich. Als die Becks und Daniel sie sehen, stimmt Daniel der Wette zu, nichts ahnend von ihrer wahren Identität. Es wird impliziert, dass Alexis das Zielobjekt ist. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
22	20:25 – 21:08	Fashion Week	Daniel, Becks, Alexis	Becks versucht sich an Alexis heranzumachen, diese wehrt seinen Flirtversuch jedoch ab. Daniel stößt zu den beiden und schickt Becks weg. Daniel stellt sich Alexis vor und fragt ob sie sich bereits kennen, worauf sie aber nicht antwortet, sondern nur schmunzelt.
27	27:31 – 28:59	Fashion Week	Alexis, Daniel, Betty	Daniel versucht Alexis näher kennenzulernen als eine aufgewühlte Betty auftaucht. Daniel versucht Betty aufzumuntern und zu ermutigen, was Alexis wohlwollend beobachtet. Nachdem Betty geht, wendet sich Alexis an Daniel und meint er sei anders als sie erwartet hatte. Auf die Frage hin woher sie ihre Quelle beziehe, behauptet Alexis, dass sie früher mit Daniels Bruder liiert war.

In Sequenz 18 möchte Becks mit Daniel eine Wette darüber abschließen, wer von ihnen beiden es eher schafft, die schönste Frau* der Fashion Week abzuschleppen. Daniel, der einen eigentlichen Charakterwandel durchlebt hat und nun ernsthafter ist, lehnt es zunächst ab. Beim Anblick von Alexis auf dem roten Teppich überlegt er es sich jedoch anders. Für beide Männer wird Alexis zu einem Zielobjekt. Erneut ist Alexis in einem körperbetonten Kleid zu sehen.

Alexis nimmt in Bezug auf Daniel und Becks lediglich eine Funktionsrolle ein, da sie nur der Wette dient. Sie erfüllt zwei maßgebliche Kategorien für die Männer: Schön und weiblich.

Ihre offensichtliche Performanz des Geschlechts, unter anderem mittels körperbetonter Kleidung, lässt kaum Zweifel an dem Status ihrer Geschlechteridentität. Da weder Becks noch Daniel erkennen, dass Alexis eine andere Geschlechteridentität performt als ihr bei der Geburt zugeschrieben wurde, kann man davon ausgehen, dass Alexis „passt“¹¹.

Durch den Fokus auf die Körperlichkeit der Figur, kann es für die Rezipient*innen bedeuten, dass sie den Fernsehtext so lesen: Schön sein bedeutet weiblich sein. Weiblich sein bedeutet schön zu sein.

Es wird eine Kausalität konstruiert, die jedoch real nicht vorhanden ist. Zum einen ist der Begriff schön nicht operationalisierbar, da dieser immer subjektiv gelesen wird. Zum anderen kann man den Begriff weiblich nicht kategorisieren, da körpergeschlechtliche Merkmale nicht eindeutig zuzuordnen sind. Die Geschlechteridentität wird soziokulturell konstruiert und mittels präsentierten stereotypischen Darstellungen perpetuiert. Rezipient*innen, die sich selber nicht als schön genug wahrnehmen, können Gefährdungen ihre Weiblichkeit in Frage zu stellen. Als auch ihre Weiblichkeit in abhängig von Schönheit zu sehen. Stereotype Darstellung von femininen weiblich sein, verstärken

¹¹ Die Definition zu „Passing“ findet sich in Kapitel 2.4.6.

die Effekte und werden reproduziert, da sie sich im soziokulturellen Diskurs verankern. Eine Identifikation kann hier nur schwer stattfinden, da die Zuschreibungen an die Figur Alexis idealtypisch sind und nicht auf das gesamte Publikum übertragbar ist. Zum einen können sich nicht alle cis-gender Frauen nicht der Figur identifizieren, weil die SchauspielerIn einem gesellschaftlichen Idealtypus entspricht, den nicht alle nachahmen können. Zum anderen können sich transgender Frauen womöglich nicht identifizieren, da es einigen Frauen* aus ökonomischen, persönlichen oder kulturellen Gründen nicht möglich ist, eine Geschlechtsangleichung vornehmen zu lassen.

Funktionsrolle „Konkurrent“

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
5	02:33 – 03:21	Büro von Bradford Meade	Bradford Meade, Daniel	Bradford Meade schenkt zwei Gläser mit Alkohol ein als sein Sohn Daniel die Szene betritt. Bradford und Daniel sprechen darüber kurz über den Tod seines Bruders und darüber wie sich Daniel in der Firma bewiesen hat. Bradford kündigt an nach der letzten Fashion Week Show seinen Rücktritt anzukündigen. Vater und Sohn stoßen gemeinsam an.

In dieser Sequenz sind die interagierenden Figuren Daniel und Bradford Meade. Alexis wird hier nicht erwähnt, sondern Alex. Bradford eröffnet das Gespräch mit der Aussage, dass er an Daniels Bruder gedacht hat. Daniel dagegen hat eine sofortige negative Reaktion und fragt direkt nach ob es wieder eine Lektion darüber wird, wie sehr seinen Vater enttäuscht hat.

Anhand Daniels Tonfall und Körperhaltung, lässt sich darauf schließen, dass es er gewohnt ist an seinem Bruder gemessen zu werden. Die Figur Alex dient in diesem Zusammenhang wohl eher nur als Katalysator für handlungstreibende Themen für die Figur Daniel. Mögliches handlungsleitendes Thema, dass sich für Daniel ergibt, ist zum einen der Konkurrenzkampf zwischen Geschwistern und zum anderen die Lösung vom Elternhaus. Mit diesen Themen kann sich eine Breite an Rezipient*innen identifizieren.

Handlungsrolle Gegenspielerin*

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
29	29:33 – 30:53	Fashion Week	Alexis, Daniel	Alexis offenbart Daniel ihre wahre Identität. Daniel reagiert schockiert.
31	31:10 – 32:10	Fashion Week Außenbereich	Daniel, Alexis	Daniel versucht vor Alexis wegzulaufen, sie folgt ihm jedoch und versucht sich zu erklären.
39	39:01 – 42:24	Fashion Week Laufsteg	Bradford Meade, Hilda, Justin, Betty, Alexis, Wilhelmina, Christina McKinney, Daniel	Man sieht die Fashion Show von Christina McKinney. Alexis läuft ebenfalls als Model mit. Als Bradford nach dem Ende der Show eine Ansprache halten will, unterbricht ihn Alexis. Vor versammeltem Publikum outet sich Alexis und ihr Vater Bradford wird verhaftet.

Alexis Meade Outing als Transgender kennzeichnet sie hier als individualisierten Charakter, deren Entwicklung sich horizontal erstrecken kann, aber erst noch zu beobachten ist. Noch besteht keine emotionale Nähe für die Rezipient*innen als dass sie die Repräsentation des Charakters auf ihre eigenen erfahrungsbezogenen Handlungsmuster übertragen können. Nichtsdestotrotz dient das Outing der Figur der Handlungsentwicklung und treibt die Geschichte nach vorne. Sie positioniert sich zu diesem Zeitpunkt als Gegenspielerin* zu Daniel.

3.3 Serienanalyse Glee – Transitioning

3.3.1 Prämisse der Serie

Der High School Lehrer Will Schuester wird Direktor des Glee Clubs der William McKinley High. Der Show-Chor, namens New Directions, hat schon lange keine Erfolge mehr gesehen. Will Schuester setzt aber darauf der Gruppe neues Leben einzuhauchen. Als der Glee Club erste Erfolge verzeichnet, provoziert das die Trainerin der Schul Cheerleading Mannschaft Sue Sylvester. Diese macht es sich zum Ziel den Club und jede*n, der*die damit zu tun hat zu zerstören. Der Glee Club muss sich dabei nicht nur Sue Sylvester und einem landesweiten Wettbewerb bewältigen. Gemeinsam stellen sie sich auch den Herausforderungen des Erwachsenwerdens.

Im Laufzeit der Serie dreht es sich nicht nur, um die High School Schüler*innen, sondern man folgt auch der Geschichte der McKinley Alumni nach ihrem Abschluss. Glee behandelt nicht nur die Höhen und Tiefen des alltäglichen Schullebens, sondern stellt auch Themen wie Gleichberechtigung und Akzeptanz in das Zentrum seiner Geschichten.

3.3.2 Die Figuren Unique Adams und Sheldon Beiste

Unique Adams

Unique wurde als Wade Adams geboren und ist der erste Transgender Charakter der Serie Glee. Unique ist eine hervorragende Sängerin*, die mit mangelndem Selbstbewusstsein zu kämpfen hat. Ihren ersten Auftritt hat sie in der Folge Saturday Night Glee-ver. In der Folge zeigt sich, dass Wade selbstbewusster ist, wenn er als Unique auftritt. Zunächst war Unique nur als Standhilfe gedacht, doch schon bald stellt Wade fest, dass das sein Wahres-Ich ist. Unique ist während der dritten Staffel Glee im rivalisierenden Club Vocal Adrenaline, wechselt aber in der vierten Staffel zur McKinley High und damit auch zum Glee Club.

Zu einem späteren Zeitpunkt nach dem sich der Show-Chor auflösen musste, gibt Sue Sylvester bekannt, dass Unique die Schule gewechselt hat. Will Schuesters Einladung zurück zu kommen und den Mitgliedern von Vocal Adrenaline Toleranz beizubringen, schlägt Unique natürlich aus. Sie kehrt in der Folge Transitioning für einen kurzen Gastauftritt zurück, die nachfolgend analysiert wird. Unique war ein wiederkehrender

Charakter in den Staffeln 3 und 4, wurde sogar eine der Hauptfiguren in Staffel 5, nach welcher sie wieder runtergestuft wurde.

Gespielt wird die Figur von Alex Newell, der sich selber aber als schwuler Mann identifiziert. Wobei er einräumt, dass er sich eher noch unter dem Umbrellaterm Transgender verortet, da er auch „feminine“ Qualitäten aufweist.

Sheldon Beiste

Sheldon Beiste, geborene Shannon Beiste, ist der Football-Coach der McKinley High. Das erste Mal sieht man den Charakter in der zweiten Staffel, damals noch als Shannon Beiste. Im Verlauf der Serie heiratet sie Cooter Menkins. Das Glück hält jedoch nicht lange an, denn Shannon verlässt ihren Ehemann, da er sie physisch als auch emotional missbraucht. Was aber lange Zeit brauchte. Die sonst so taffe und zielstrebige Frau ist zeitgleich sehr sensibel und geplagt von Verlustängsten, da sie in ihrer Kindheit und Jugend stark gehänselt wurde. Ziel der verbalen Attacken waren meistens ihre Größe, Stimme und ihre „männliche“ Erscheinung. Coach Beiste outet sich in der Folge Jagged Little Tapestry als Transgender und kündigt an, dass er eine Geschlechtangleichung vornehmen lassen will. Als Coach Beiste an die McKinley High zurückkehrt, stellt er sich mit seinem neuen Namen Sheldon vor.

Gespielt wird die Figur von Dot-Marie Jones, die sich selbst als lesbische Cis-Gender Frau definiert. Und obwohl sie selbst nicht transident ist, begegnet sie regelmäßig Anfeindungen aufgrund ihres Aussehens wie ihr Charakter Sheldon.

3.3.3 Inhaltsangabe zur Folge

Will Schuester befindet sich im Zwiespalt. Einerseits genießt er die Vorteile seines neuen Jobs an der Carmel High-School. Mehr Geld, bessere Benefits. Andererseits tut er sich schwer damit, die Schüler*innen emotional zu erreichen. Die Situation wird ihm dann zusätzlich erschwert als er auf Rachel und Blaine, ehemalige Schüler*innen von ihm, trifft. Diese erzählen ihm, dass sie gerade erst von Vocal Adrenaline, dem Show-Choir der Carmel High, mit Eiern beworfen wurden. Will versucht tags drauf die Gruppe für Toleranz zu sensibilisieren. Hierfür stimmt er das Lied Same Love von Macklemore und Ryan Lewis an. Er wird dabei von Unique Adams auf der Bühne unterstützt. Vocal Adrenaline lässt die Darbietung jedoch kalt.

In der Zwischenzeit kehrt Coach Beiste zurück als Sheldon Beiste. Die Abwesenheit nutzte Sheldon, um eine Geschlechtsanpassung vornehmen zu lassen. Zurück in der Schule wird er freudig von Sam und Sue Sylvester empfangen. Beide sichern ihm ihre volle Unterstützung. Coach Beiste scheint erleichtert.

Doch nach dem Schuldienst erwartet ihn eine böse Überraschung. Als er auf dem Parkplatz zu seinem Auto gelangt, muss Coach Beiste feststellen, dass es vandalisiert wurde und man in großen Lettern „Coach Tranny“ auf sein Auto gemalt hat. Kurz darauf sieht man einen Wagen voll mit Schüler*innen der Carmel High vorbeifahren.

Will wird daraufhin in Sue Sylvesters Büro beordert, wo ihm Sue und Sheldon mitteilen was vorgefallen ist. Schockiert wie auch erzürnt darüber, stellt er Vocal Adrenaline zur Rede. Stellvertretend für alle Gruppenmitglieder* tritt Clint an ihn heran. Es kommt jedoch zu einem Eklat, woraufhin Will Clint aus dem Team rausschmeißt.

Will bleibt aber nicht der einzige, der von den Ereignissen Wind bekommt. Sam und Spencer suchen Coach Beiste in der Mittagspause auf und versprechen ihm, sich bei Vocal Adrenaline zu rächen. Coach Beiste lehnt das jedoch ab. Er versucht die Situation positiv zu betrachten und meint zu den Jungs, dass er stolz auf sie ist und trotz der Umstände froh darüber ist, dass sie alle auf diesem Wege als Team zusammenkommen. Unterstützung erhält unterdessen auch von Unique, die ihm abends einen Überraschungsbesuch abstattet. Die beiden tauschen sich über ihre Erfahrungen aus. Coach Beiste öffnet sich Unique und meint ihr gegenüber, dass er es frustrierend findet,

dass ihn niemand normal behandelt und er sich mit seiner Erfahrung alleine gelassen fühlt. Worauf Unique beteuert, dass er nicht alleine sei.

In der Zwischenzeit dazu, kämpft Rachel damit, dass das Haus in dem sie aufgewachsen ist verkauft wurde. Die Glee Club Mitglieder eilen ihr zur Hilfe und verabschieden das Haus mit einer letzten Party. Dort entdecken die ehemaligen Partner Blaine und Kurt, dass sie noch immer Gefühle füreinander hegen. So kommt es zu einem Kuss zwischen ihnen obwohl beide bereits Partner haben. Nach dem Kuss zwischen Kurt und Blaine, gesteht dieser sich selbst als auch seinem Freund Dave, dass er noch in Kurt verliebt ist. Beide trennen sich einvernehmlich. Blaine fasst sich ein Herz und will Kurt in der Schule seine Liebe gestehen. Wird aber jeher gestoppt als er feststellen muss, dass Kurt und sein Freund Walter mit Rachel und Sam auf ein Doppeldate gehen.

Den Höhepunkt erreicht die Folge als Will Schuester sich vermeintlich auf die Seite von Vocal Adrenaline schlägt und sie unter falschen Voraussetzungen in das Auditorium der McKinley High lockt. Dort werden sie von Unique und einem Transgender Chor überrascht, die I Know Where I've Been aus dem Musical Hairspray anstimmen. Letztlich verabschiedet sich Will von seiner Karriere bei Vocal Adrenaline und Will kehrt zurück an die McKinley High.

3.3.4 Interpretation relevanter Sequenzen

Die Folge *Transitioning* weist insgesamt 30 Sequenzen auf bei einer Sendungsdauer von 44 Minuten.

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
1	00:00 - 01:12	Bühne	Vocal Adrenaline Chor, Will Schuester	Der Chor Vocal Adrenaline fängt Bon Jovis Shot through the Heart zu singen während mittels Montage und Voice over das aktuelle Leben von Will Schuester zusammen gefasst wird
2	01:12 - 01:50	Büro von Will Schuester	Will Schuester, Alumni	Der Alumni schenkt Will einen Kinderwagen und erklärt während sie miteinander sprechen, dass er erwartet, dass Will die nächste Show-Choir Meisterschaft gewinnt.
3	01:50 - 02:20	Park	Will Schuester, Emma Pillsbury, Rachel Berry, Blaine Anderson	Will und seine Ehefrau spazieren mit ihrem Kind durch einen Park. Sie unterhalten sich über Wills Arbeit bis sie von Rachel und Blaine aufgehalten werden.
4	02:20 - 02:49	Parkplatz	Blaine Anderson, Rachel Berry	Anhand einer Montage sieht man wie Rachel und Blaine mit Eiern beworfen wurden.
5	02:49 - 02:51			Kurze Einblendung des Titelbilds „Glee“
6	02:51 - 03:36	Musiksaal von Vocal Adrenaline	Will Schuester, Schüler*innen	Will spricht den Vorfall an und erklärt, dass er den Schüler*innen Toleranz näherbringen möchte.
7	03:36 - 05:05	Musiksaal von Vocal Adrenaline	Will Schuester, Unique Adams	Will stimmt das Lied Same Love von Macklemore & Ryan Lewis an. Unique kommt dazu und sie singen das Lied als Duett.
8	05:05 - 05:40	Musiksaal von Vocal Adrenaline	Schüler*innen, Will Schuester	Die Schüler*innen interessiert Wills Ansprache nicht. Es kommt zu einer verbalen Auseinandersetzung.
9	05:40 - 07:48	McKinley High	Coach Sheldon Beiste, Sue Sylvester, Sam	Voice Coach Beiste kommt zurück an die McKinley High und wird dort von Sue Sylvester und Sam in Empfang genommen. Per Voice Over reflektiert Coach Beiste über die Rückkehr.
10	07:48 - 09:03	McKinley High Cafeteria	Sam, Rachel	Sam findet Rachel in der Cafeteria auf. Rachel erzählt von ihrem Morgen. Mittels Montage und Voice Over wird ihr Morgen visuell nochmals dargestellt. Rachel erklärt, dass ihr Vater das Haus in dem sie aufgewachsen ist verkauft hat und dass sie das Haus binnen einer Woche räumen muss.
11	09:03 - 09:46	McKinley High Klassenzimmer	Sam, Kurt, Mercedes, Artie, Blaine, Kitty	Alle besprechen wie sie Rachel helfen können, da ihr Haus verkauft wurde.
12	09:46 - 10:10	McKinley High Parkplatz	Coach Sheldon Beiste	Coach Beiste geht zu seinem Auto und sieht, dass es vandalisiert wurde. Als ein Auto mit Vocal Adrenaline Mitgliedern vorbeifährt, wird ihm klar, wer dafür verantwortlich ist.
13	10:10 - 11:18	Büro von Sue Sylvester	Sue Sylvester, Coach Sheldon Beiste, Will Schuester	Sue und Sheldon sitzen bereits im Büro als Will dazu stößt. Sue erklärt Will was mit Sheldons Auto passiert ist und klären ihn darüber auf, dass die Vandalen seine Schüler*innen sind. Will versichert Sheldon seine vollste Unterstützung.
14	11:08 - 13:12	Musiksaal New Directions	Rachel, Kurt, Sam, Blaine, Mercedes, Artie, Kitty	Im Musiksaal will Rachel das Thema der Woche vorstellen, wird aber von Kurt unterbrochen, der das neue Thema „Transitioning“ bekannt gibt. Zudem laden Sam und er alle Anwesenden auf eine Abschiedsfeier für Rachels Haus zu gehen. Artie präsentiert eine Art Glücksrad mit dem Duett-Partner zugeteilt werden.
15	13:12 - 14:09	McKinley High	Blaine, Kurt	Per Glücksrad sind Kurt und Blaine Duettpartner. Auf dem Gang unterhalten sie sich darüber.
16	14:09 - 15:39	McKinley High Cafeteria	Sam, Spencer, Coach Sheldon Beiste	Sheldon sitzt beim Mittagessen in der Cafeteria als Sam und Spencer aufgebracht dazustoßen, sie wollen wissen wer von Vocal Adrenaline verantwortlich für das Auto von Coach Beiste ist damit sie sich rächen können. Coach Beiste wehrt das jedoch ab und betont dagegen die Wichtigkeit von Zusammenhalt.
17	15:39 - 17:00	Musiksaal Vocal Adrenaline	Vocal Adrenaline, Will Schuester	Will Schuester hält dem Chor eine Standpauke. Clint lässt es nicht auf sie beruhen. Es kommt zu einem Eklat zwischen Will und Clint, wonach Clint aus der Chor rausgeschmissen wird. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
18	17:00 - 19:16	Zuhause von Will Schuester und Emma Pillsbury	Will Schuester, Emma Pillsbury	Man sieht Will in seinem Zuhause. Frustriert lässt er Dampf ab, indem er mit seiner Frau über die aktuelle Situation redet, die ihn so beschäftigt.
19	19:16 - 21:39	Zuhause von Rachel Berry		Alle befinden sich bei Rachel zuhause um den Abschied von ihrem alten Haus zu feiern. Als erstes Lied stimmen Mercedes und Rodrick Meghan Trainors All about that Bass an.
20	21:39 - 23:50	Schlafzimmer von Rachel Berry	Sam, Rachel	Rachel zeigt Sam ihr Schlafzimmer. Sie sitzen auf ihrem Bett und schwelgen in Erinnerungen. Sam und Rachel küssen sich. Sie lassen sich zurückfallen. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
21	23:50 - 26:12	Zuhause von Rachel Berry	Kurt, Blaine	Im Partykeller singen Kurt und Blaine ihr Duett Somebody loves you von Betty Who.
22	26:12 - 27:21	Zuhause von Rachel Berry	Kurt, Blaine	Kurt und Blaine stehen draußen vor Rachels Haus. Sie unterhalten sich über ihre alte Beziehung. Blaine küsst Kurt, läuft aber gleich danach weg. Cyndi Laupers Time After Time fängt an zu spielen währen Kurt Blaine nachblickt.
23	27:21 - 29:48	Zuhause von Rachel Berry	Rachel, Sam	Im Partykeller singen Rachel und Sam Time After Time. Es geht über in eine Montage wie Rachel ihre letzten Sachen zusammen packt und geht dann zurück zum Partykeller. Eine Schwarzblende folgt.

24	29:48 – 31:48	McKinkley High Sportumkleide	Sheldon, Unique	Unique überrascht Sheldon, der sich sichtlich über den Besuch freut. Sie unterhalten sich über das Trans-Sein und speziell über die OP von Sheldon.
25	31:48 – 33:01	Musiksaal Vocal Adrenaline	Will Schuester, Vocal Adrenaline	Clint, der zuvor von Will aus dem Team geschmissen wurde ist zurück. Will kapituliert und stellt sich auf die Seite von Vocal Adrenaline.
26	33:01 – 35:29	Zuhause von Dave und Blaine	Dave, Blaine	Dave und Blaine kommen nach Hause. Blaine ist geistig abwesend, Dave spricht ihn darauf an. Nach einigem Zögern erzählt Blaine, dass er und Kurt sich geküsst haben. Nach einem kurzen Gespräch, das hauptsächlich von Dave geleitet wurde, trennen sie sich.
27	35:29 – 36:46	McKinley High	Blaine, Kurt, Walter, Rachel, Sam	Blaine läuft in die Schule um mit Kurt zu reden, dort trifft er sowohl ihn als auch seinen Freund. Rachel und Sam stoßen dazu, sie erzählen ihm, dass sie auf ein Doppel-Date gehen. Blaine bleibt alleine zurück. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
28	36:46 – 40:10	McKinley High	Will Schuester, Vocal Adrenaline, Unique Adams, Sheldon Beiste	Will und die Mitglieder* von Vocal Adrenaline schleichen sich in die Schule, um den New Directions vermeintlich einen Streich zu spielen. Dort werden sie plötzlich vom musikalischen Auftritt von Unique überrascht. Sheldon wird dazu geholt und Uniques Darstellung wird von einem Chor bestehend aus Transgender Personen unterstützt. Am Ende klatschen alle und fallen sich in die Arme.
28	40:10 – 41:35	McKinley High	Clint, Will Schuester, Vocal, Sue Sylvester	Clint beschwert sich darüber, dass Will ihr Team unter falschen Voraussetzungen hingelockt hat. Will will aber nichts mehr mit Vocal Adrenaline zu tun haben und kündigt kurzerhand. Sue verjagt Vocal Adrenaline aus der Schule.
29	41:35 – 43:40		Will Schuester, Rachel Berry, Kurt Hummel	Will betritt den Musiksaal der McKinley High. Kurt und Rachel sind mit ihm dort. Die beiden bieten ihm an zurück zu kommen und Will nimmt an.
30	43:40 – 44:00			Abspann der Serie

Relevante Sequenzen sind: 7, 9, 12, 13, 16, 24 und 28.

Trans-Outing am Arbeitsplatz

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
9	05:40 – 07:48	McKinley High	Coach Sheldon Beiste, Sue Sylvester, Sam	Coach Beiste kommt zurück an die McKinley High und wird dort von Sue Sylvester und Sam in Empfang genommen und stellt sich ihnen als Sheldon vor. Per Voice Over reflektiert Coach Beiste über die Rückkehr.
12	09:46 – 10:10	McKinley High Parkplatz	Coach Sheldon Beiste	Coach Beiste geht zu seinem Auto und sieht, dass es vandalisiert wurde. Als ein Auto mit Vocal Adrenaline Mitgliedern vorbeifährt, wird ihm klar, wer dafür verantwortlich ist.
13	10:10 – 11:18	Büro von Sue Sylvester	Sue Sylvester, Coach Sheldon Beiste, Will Schuester	Sue und Sheldon sitzen bereits im Büro als Will dazu stößt. Sue erklärt Will was mit Sheldons Auto passiert ist und klären ihn darüber auf, dass die Vandalen seine Schüler*innen sind. Will versichert Sheldon seine vollste Unterstützung.
16	14:09 – 15:39	McKinley High Cafeteria	Sam, Spencer, Coach Sheldon Beiste	Sheldon sitzt beim Mittagessen in der Cafeteria als Sam und Spencer aufgebracht dazustoßen, sie wollen wissen wer von Vocal Adrenaline verantwortlich für das Auto von Coach Beiste ist damit sie sich rächen können. Coach Beiste wehrt das jedoch ab und betont dagegen die Wichtigkeit von Zusammenhalt.
24	29:48 – 31:48	McKinley High Sportumkleide	Sheldon, Unique	Unique überrascht Sheldon, der sich sichtlich über den Besuch freut. Sie unterhalten sich über das Trans-Sein und speziell über die OP von Sheldon.

In Sequenz 9 hört man durch Voice-Over den inneren Monolog von Coach Beiste, der an die McKinley High zurückkehrt. Detailaufnahmen suggerieren sein jetziges Aussehen ohne es ganz Preis zu geben. So sieht man zum Beispiel wie er sich seine Krawatte zurechtrückt, ein typisches Symbol für arbeitende Männer. Man sieht Teile seiner Erscheinung, die man aus Grund der männlichen Konnotation der Symbole zusammenfügt zu einem kohärenten Bild noch ehe man Coach Beiste tatsächlich sieht. Dieser bestätigt über das Voice Over „I took some time off, to let my outsides catch up with my insides“.

In der Schule angekommen, präsentiert der Fernsehtext eine vollausgeformte Figur namens Sheldon Beiste, der von seiner Kollegin Sue Sylvester und seinen Assistentsfootballcoach Sam in Empfang genommen wird. Sue, die in früheren Staffeln transphobische Aussagen tätigte, bestärkt Sheldon und versichert ihm, dass sie gegen Cis-Normativität und Transmisogynie vorgehen will. Sam ist nicht weniger enthusiastisch und hat eine Liste mit Pronomen vorbereitet, die er runterliest, ehe Coach Beiste ihn unterbringt und meint „he/him“ würden schon ausreichen. Sue bleibt hier aber noch immer bis zu einem gewissen Grad problematisch. Sie sagt „And I want you to know that I am here for you as a friend, ally and a shoulder to cry on. Metaphorically of course. Because you're a man now and real men don't cry“. Somit zwingt sie Sheldon in einen Geschlechterstereotyp aus dem er doch erst ausgebrochen ist.

Sequenz 10 zeigt den Zuseher*innen, dass die Realität für Sheldon dann doch anders aussieht und nicht alle ihn so akzeptieren wie er ist. Als er bei seinem Auto ankommt, sieht er überall alte Suspensorien daran aufgehängt wurden und auf der Motorhaube steht „Coach Tranny“ drauf. Die Schuldigen fahren lachend an ihm vorbei. Die Suspensorien sind nicht nur unhygienisch, sondern indirekt auch ein Angriff auf Sheldons Männlichkeit. Suspensorien werden nämlich ausschließlich von Männern benutzt. Warum also sich die Mühe machen, Suspensorien zu nehmen, wenn zum Beispiel Klopapier auch getan hätte. Diese Vermutung verstärkt sich im Zusammenhang mit der auf die Motorhaube gesprühten Nachricht. Diese abwertende Bezeichnung, dient auch nur dazu Sheldons Männlichkeit zu unterminieren.

Sequenz 11 präsentiert die Nachwirkungen des Ereignisses. Sue ist wütend, Sheldon ist verletzt und Will ist überrascht aber auch entsetzt, dass es seine Schüler*innen waren. Man während des Gesprächs wie unangenehm die Situation für Coach Beiste ist. Er versucht es abzuwinken, dass es nicht so schlimm sei, da er ohnehin mit einer negativen Reaktion gerechnet hatte.

Sam und Spencer wollen Coach Beiste in Sequenz 16 unterstützen, indem sie sich bei Vocal Adrenaline rächen und versuchen sich dabei als männlich zu behaupten durch männliche Drohgebärden wie zum Beispiel geballte Fäuste und aufgeplusterte Brust. Coach Beiste beruhigt die beiden jedoch.

Unique Adams überrascht Sheldon Beiste bei den Umkleiden. Die beiden haben sich anscheinend schon länger nicht gesehen, denn Unique beschwert sich darüber, dass sie von Sheldons Geschlechtsangleichung durch Will Schuester erfahren hat. Coach Beiste entschuldigt sich dafür und erklärt ihr, dass er einfach nicht wusste wie er es den Leuten mitteilen soll und dass er eigentlich nur dazu gehören möchte.

Das Publikum liest den Fernsehtext immer abhängig von der eigenen Präposition. Coach Beiste Diskriminierung am Arbeitsplatz ist vielleicht für die meisten Zuseher*innen zum Glück nicht in diesem Ausmaß erfahrbar. Aber für viele transidente Personen stellt das Outing am Arbeitsplatz eine traurige Wahrheit dar. Sobald sie geoutet sind und nicht mehr als ihre gefühlte Geschlechteridentität passen, kann es zu Diskriminierungen kommen, wenn nicht sogar zur Kündigung. Dabei kann es auch zu Anfeindungen kommen egal ob sie passen oder nicht. Denn performen sie das neue Geschlecht zu gut, unterstellt man ihnen Überkompensation und Unechtheit. Performen sie nicht gut genug, liegt es an der mangelnden biologischen Komponente. Egal wie sie es machen, sie machen es falsch. Das spiegelt sich vor allem in Sues Aussage wider, dass „echte“ Männer nicht weinen.

Unique Adams als Plot-Device

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
7	03:36 – 05:05	Musiksaal von Vocal Adrenaline	Will Schuester, Unique Adams	Will stimmt das Lied Same Love von Macklemore & Ryan Lewis an. Unique kommt dazu und sie singen das Lied als Duett.
28	36:46 - 40:10	McKinley High	Will Schuester, Vocal Adrenaline, Unique Adams, Coach Sheldon Beiste	Will und die Mitglieder* von Vocal Adrenaline schleichen sich in die Schule, um den New Directions vermeintlich einen Streich zu spielen. Dort werden sie plötzlich vom musikalischen Auftritt von Unique überrascht. Sheldon wird dazu geholt und Uniques Darstellung wird von einem Chor bestehend aus Transgender Personen unterstützt. Am Ende klatschen alle und fallen sich in die Arme.

In beiden Sequenzen tritt Unique lediglich für die musikalische Untermalung auf und erfüllt an dieser Stelle nur eine Funktionsrolle. Durch die Konstruktion der Andersartigkeit ist der Auftritt im Kontext der Folge bereits begründet. Die Rolle, die sie während den Sequenzen einnimmt, lässt sich nach Mikos Definition zu Figurentypen, als Inhaberin einer Statusposition einordnen. In Uniques Fall ist sie beschränkt auf die „Transgender Sängerin“.

Die letzte Sequenz 28 in der sie mit einem Transgender Chor auftritt, ist hinsichtlich der Repräsentation von Bedeutung. Denn die 300 Leute im Chor sind tatsächlich alle transsexuell und wirken sich auf den Kontext des Fernsehtextes aus. So kann das zum einen bedeuten, dass aufgrund die Gesamtaussage der Episode eher angenommen wird, da die Authentizität des Chors sich auf die mögliche Authentizität der vermittelten Botschaften überträgt. Die Rezipient*innen vertrauen dem Text also eher. Zum anderen kann die Zuschauer dahingehend kultivieren, als dass es ein Bewusstsein dafür schafft, dass mehr Transgender Personen existieren als angenommen.

3.4 Serienanalyse Orange Is The New Black – Lesbian Request Denied

3.4.1 Kurzbeschreibung der Serie

In *Orange Is The New Black* geht um die Hauptfigur Piper Chapman, die wegen Drogenschmuggels, im Frauen*-Gefängnis Litchfield inhaftiert wird. Das Vergehen bestand darin, dass sie vor zehn Jahren einen Koffer voller Drogen für ihre damalige Freundin Alex schmuggelte. Diese war wissentlich Schmugglerin für einen internationalen Drogenring. Wie es das Schicksal so will, treffen die Ex-Geliebten sich im Gefängnis wieder. Neben Pipers Schicksal, stehen Themen wie soziale Ungerechtigkeit und fehlerhaftes Justizwesen im Vordergrund. Zudem nutzt die Serie ihre Plattform und präsentiert auch die Mithäftlinge von Piper bei denen die meisten aus marginalisierten Gruppen stammen, deren Geschichte bisher unzureichend beleuchtet wurden. Bei OITNB werden diese oft über Flashbacks erzählt, um die Hintergrundgeschichte der Frauen* zu etablieren.

3.4.2 Die Figur Sophia Burset

Sophia Burset die einzige Transgender Insassin des Gefängnis Litchfield. Bevor sie eine Frau wurde, hieß sie Marcus und war von Beruf Feuerwehrmann. Sie führte lange Zeit ein „normales“ Leben mit Frau und Kind. Als sie beschloss eine Frau zu werden, finden auch die kriminellen Tätigkeiten an. Letztlich wurde sie wegen Kreditkartenbetrugs inhaftiert. Innerhalb des Gefängnisses arbeitet sie als Friseurin und Make Up Artist.

Das Verhältnis zu ihrer Familie ist angespannt, ihr Sohn akzeptiert sie als Frau nicht und ist auch die Person, die den Kreditkartenbetrug gemeldet hat. Crystal, Sophias Ehefrau, unterstützte stets ihre Identitätsfindung. Wird aber zunehmend frustrierter, da ihre eigene Familie nicht verstehen kann, weshalb sie zu Sophia hält.

Eine ihrer größten Herausforderungen ist das bloße Überleben im Gefängnis. Täglich hat sie mit der Transphobie ihrer Mitinsassinnen* zu tun. Zuletzt erschweren ihr die Umstände des Gefängnisses ihr Leben. Nach Budgetkürzungen wurde die Hormondosierung, die sie zu sich nehmen darf, viel zu weit runtergesetzt. Der Zustand ihres Körpers verändert sich rapide und Sophia wird krank.

Die Rolle von Sophia wird von Laverne Cox, einer Transwoman of Color, gespielt. Den pre-op Marcus spielt Lavernes realer Zwillingsbruder M.Lamar.

3.4.3 Inhaltsangabe zur Folge

Die Folge beginnt damit, dass man sieht wie ein Feuerwehrmann* in ein abgebranntes Haus geht und dort die Kreditkartenabrechnungen aus einer Schublade fotografiert. Danach wechselt die Szenerie gleich zum Feuerwehrhaus, wo die Mannschaft im Umkleideraum sitzt. Der Feuerwehrmann, den man zuvor gesehen hat, geht an seinen Kollegen* vorbei in eine Kabine. Dort zieht er* sich um, man erkennt, dass er* pinke Frauenunterwäsche trägt. Es ist nun klar, dass die Person Sophia Burset vor ihrer Geschlechtsangleichung darstellt.

Mit dieser Information etabliert sich Sophias Geschichte als Haupthandlung für die Folge. Sophia wird bei der Medikamentenausgabe offenbart, dass das Gefängnis die Medikation aufgrund von Budgetkürzungen auf generische Medikamente umstellt. Sophia betrifft das insbesondere, da sie eine bestimmte Dosis an Östrogenen braucht, die mit der neuen Medikation nicht annähernd gedeckt wird. Was Sophia dazu zwingt, einen Spielzeugkopf zu verschlucken, um dadurch zu einer Untersuchung bei der Ärztin* kommt. Diese setzt jedoch Sophias Medikation komplett ab. In ihrer Not bittet sie Red ihr zu helfen, die jedoch ablehnt. Auch ihre Ehefrau Crystal reagiert weitaus negativer als von ihr erhofft. Ihre letzte Hoffnung ist Pornstache, doch so verzweifelt ist sie noch nicht.

In einer weiteren Rückblende erlangt man Einblick in die Beziehung zwischen ihr und ihrer Ehefrau Crystal als Sophia sich ihr in selbst ausgesuchter Kleidung präsentiert. Crystal bleibt geduldig und hilft Sophia sich ihrem Typ entsprechender anzuziehen. Der Moment erlangt eine bittersüße Note, als Crystal Sophia bittet wenigstens ihren Penis zu behalten. Worauf sie antwortet, dass es nicht ginge. Es ist für beide eine schwierige Situation. Einerseits möchte Crystal Sophia unterstützen, da sie eine Familie sind. Andererseits fällt es ihr noch schwer von „Marcus“ loszulassen. Die beiden umarmen und küssen sich, werden jedoch von ihrem Sohn unterbrochen, der hinausstürmt als er die beiden sieht.

Das Verhältnis zwischen Crystal und Sophia bekommt einen Bruch als Sophia Crystal bittet Östrogene in das Gefängnis zu schmuggeln. Crystal wirft Sophia vor selbstsüchtig zu handeln. Und klärt Sophia darüber auf, was Crystal in ihrem Leben bisher aufgeben musste, weil sie Sophia unterstützt hatte in ihrer Transition. Ihre eigene Familie redet

nicht mehr mir, ihre Kirchengemeinde schließt sie aus, um ein paar zu nennen. Sophia war all das bisher nicht klar.

Währenddessen bekommt Miss Claudette mit Watson eine neue Wohnquadrat-Mitbewohnerin. Die beiden kommen jedoch auf keinen gemeinsamen Nenner. Woraufhin Miss Claudette veranlasst, dass Watson wieder weggeschickt wird. Später zieht Piper ins Wohnquadrat.

Piper wird in der Zwischenzeit von Crazy Eyes umgarnt, was Piper dabei immer ablehnte. Der einzige Augenblick in dem sie Crazy Eyes Vernarrtheit nutzt, ist in der Cafeteria als Alex sich zu ihr setzt. Genervt darüber, dass Alex sie nicht in Ruhe lassen will, bittet Crazy Eyes ihr zu helfen. Diese tut es auf ihre Manier, indem sie Alex mit Essen bewirft. Alex lässt sich fürs erste verjagen. Tags drauf begegnen sie sich im Waschraum des Gefängnisses wieder. Dort konfrontiert Piper Alex, dass sie daran Schuld ist, dass Piper jetzt im Gefängnis ist und dass sie ihr Leben ruiniert hat. Alex besteht darauf, dass sie Piper nicht an die Anwaltschaft verraten hat und dass Piper selbst Schuld an ihrer Situation ist.

Nachdem Piper immer genervter von Crazy Eyes wird, macht sie ihr deutlich, dass sie kein Paar sind und es auch nicht werden. Crazy Eyes scheint zunächst neutral auf die Nachricht zu reagieren. Doch nachts an ihrem neuen Schlafplatz wird Piper von Crazy Eyes Anwesenheit. Und ohne ein Wort zuzusagen, uriniert sie vor Pipers neuem Wohnraum.

3.4.4 Interpretation relevanter Sequenzen

Die Folge *Lesbian Request Denied* hat eine Sendungsdauer von 57 Minuten und übersteigt die anderen analysierten Sendungen um ca. 14 Minuten. Das Sequenzprotokoll umfasst insgesamt 43 Einheiten.

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
1	00:00 – 01:28			Vorspann der Serie
2	01:28 – 02:27	Unbekannt	Marcus Burset, Pat	Feuerwehrmann Burset betritt den Unfallort, sieht sich um und macht Fotos. Ein Kollege kommt hinzu. Sie unterhalten sich kurz darüber was Burset macht und verlassen gemeinsam den Ort
3	02:27 – 03:19	Umkleideraum	Feuerwehrmänner, Burset	Die Feuerwehrmänner unterhalten sich im Umkleideraum. Burset geht an seinen Kollegen vorbei zu einer Kabine. Während er sich umzieht, kann man sehen, dass er Unterwäsche für Frauen* anhat. Nachdem Burset sich umgezogen hat, wäscht er sein Gesicht am Waschbecken.
4	03:19 – 03:58	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia wäscht sich das Gesicht und schminkt sich mit selbstgemachten Hilfsmitteln. Sie betrachtet sich ihren Körper im Spiegel, dabei hat sie nur einen Slip an.
5	03:58 – 05:34	Temporäre Zellengemeinschaft	Nicky, Piper, Daya, Rosa, DeMarco, Pornstache	Piper versucht sich auf ihrem Hochbett umzuziehen, als Gefängniswart „Pornstache“ an ihrer Zelle vorbeikommt. Er bleibt vor der Zelle stehen und versucht Piper zu beobachten. Währenddessen unterhalten sich die Frauen in der Zelle, unter anderem auch über Sophia Burset. Pornstache geht weiter. Es folgt eine Durchsage für Breshanan, Diaz und Watson, dass sie sich bei ihrem Berater bezüglich ihrer „bunk bed assignments“ melden. Piper fragt warum die schon zugeteilt wurden und sie nicht. Nicky scherzt ob Piper Angst habe bei ihrer Ex zu landen.
6	05:34 – 07:52	Waschraum Litchfield	Piper, Red, Sophia	Piper macht sich auf dem Weg zum Waschraum, dort ist bereits eine lange Schlange. Eine Mitinsassin warnt Piper sich nicht vorzudrängeln, diese betont aber dass sie nur auf die Toilette wolle. Red geht an der Schlange zur Dusche vorbei und gibt Piper scherzhaft die Erlaubnis zu pinkeln. Piper geht zu den Toiletten, in der ersten Kabine fehlt die Tür und sie stört Sophia. Sophia fühlt sich davon nicht gestört, macht sich fertig und geht zum Waschbecken. Sophia gibt Piper nützliche Tipps zur Waschnutzung. Ehe Sophia geht, meint sie noch zu Piper, dass sie in ihrem Salon vorbeischaun soll, damit Sophia ihre Haare richten kann. Sie verabschieden sich voneinander. Sophia verlässt den Waschraum.
7	07:52 – 08:18	Waschraum Litchfield	Piper, Crazy Eyes	Piper geht nun doch auf die Toilette an der die Tür fehlt, da die andere mit Tür noch besetzt ist. Als sie sich hinsetzen will erblickt sie im gegenüberhängenden Spiegel Crazy Eyes, die sie anschaut und anlächelt.
8	08:18 – 11:17	Zellenblock B	Pornstache, Bennett, Sophia, Daya	Pornstache und Benett sind ihrem Büro und beobachten die Frauen* im Zellenblock. Pornstache isst einen Burger und ruft Sophia zu sich. Sophia kommt zum Büro, dort macht Pornstache sexuelle Anspielungen und lässt herablassende Sprüche ab, die Sophia kontert. Pornstache droht damit ihre eine Verwarnung zugeben und Sophia geht daraufhin wieder weg. Pornstache wendet sich an Benett, sie sprechen über Sophias Geschlechtsanpassung, Sex mit Insassinnen* und Bennetts Erfahrung mit Frauen als er in Irak stationiert war. Daya geht während die beiden Wärter reden an ihnen vorbei.
9	11:17 – 12:01	Tablettenausgabe/Schwesterzimmer	Boo, Sophia, Gefängniswärter, Krankenpfleger	Die Insassinnen* stehen in der Schlange zur Medikamentenausgabe. Als Sophia dran ist, wird ihr ein Becher mit zwei rosa Pillen hingestellt. Sie beschwert sich, dass es nicht ihre Pillen sind. Der Krankenpfleger sagt das Gefängnis habe umgestellt, Sophia beschwert weiter darüber, dass es nicht die richtige Dosis für sie ist. Der Krankenpfleger winkt ab und meint sie soll zum Gefängnisberater wenn sie sich beschweren will, er kann ihr nur das ausstellen, was vom Gefängnis vorgegeben wird. Sie nimmt die Pillen und geht.
10	12:01 -12:50	Zellenblock B	Watson, Miss Claudette	Watson wird Miss Claudettes neue Wohnquadrat-Mitbewohnerin im Zellenblock. Miss Claudette will ihre „Hausregeln“ statuieren, doch Watson lässt es sich nicht bieten und fährt Miss Claudette an.
11	12:50 – 13:21	Gang	Piper, Morello, Nicki	Die Gefängnisinsassinnen* stehen im Gang jeweils entlang an einer Wand an. Piper in der Schlange für neue Gefängnisbekleidung an. Sie tauscht dort ihre orange Gefängniskleidung gegen eine beige. Lorna und Nicki, die in der anderen Schlange stehen merken an, dass Piper jetzt eine von ihnen ist. Als Piper endlich drankommt, sieht sie, dass Alex die Kleidung austellt. Alex trietz Piper, diese geht verärgert weg.
12	13:21 – 13:58	Pausenraum der Gefängnismitarbeiter	Sam Healey, Fig	Sam beschwert sich bei Gefängnisdirektorin Fig über die neue Medikation des Gefängnisses. Er zählt auf wer alles betroffen ist und erwähnt auch beispielsweise Sophia. Fig ist jedoch nicht beeindruckt.
13	13:58 – 15:57	Hof	Piper, Crazy Eyes	Piper läuft im Hof ihre Runden als sie von Crazy Eyes gestört wird. Diese versucht ein Gespräch anzuzetteln und trägt Piper ein selbstgeschriebenes Gedicht vor. Die zwei werden aber von einem Gefängnisaufseher weggerufen da er den Bereich sperren muss. Auf Pipers Frage wieso er das macht, antwortet er nur dass es an den Budgetkürzungen liegt und das Gefängnis den begrünten Hof nicht länger in Stand halten kann.
14	15:57 – 16:59	Büro von Sam Healy	Sam Healy, Sophia	Healy versucht Sophia zu erklären weshalb es keine bessere Medikation mehr gibt, sie erwidert, dass sie die Medikamente braucht, da ihr Körper sonst Entzugserscheinungen haben wird. Healy meint, dass er nichts für sie tun kann. Sophia erwidert darauf, dass sie einen Arzt sehen möchte, was aber laut Healy nur möglich ist wenn ein Notfall besteht. Sophia reißt von einem der Spielzeugfiguren auf seinem Schreibtisch den Kopf ab und verschluckt ihn. Sie meint daraufhin, dass sie einen Notfall melden möchte.

15	16:59 – 18:12	Cafeteria	Poussey, Taystee, Watson, Piper	Poussey, Taystee, Piper und Watson stehen an der Essensausgabe. Watson laminiert über ihre Miss Claudette. Taystee und Poussey warnen Watson, dass sie sich nicht zu weit aus dem Fenster lehnen soll. Die Insassinnen tauschen Gerüchte über Miss Claudette aus.
16	18:12 – 20:22	Cafeteria	Piper, Alex, Crazy Eyes	Unschlüssig darüber wohin zu welcher Gruppe sie sich setzen soll, setzt Piper sich schließlich alleine an einen Tisch. Alex gesellt sich zu ihr. Alex möchte Frieden schließen, Piper lehnt das jedoch ab und betont Alex solle sich von ihr fernhalten. Crazy Eyes setzt sie zu den beiden. Sie fragt ob alles in Ordnung ist, Alex bejaht das, aber Piper meint Alex belästige sie. Crazy Eyes bewirft Alex mit Kuchen und droht ihr lautstark. Alex verschwindet.
17	20:22 -21:32	Kranken Zimmer	Ärztin, Sophia	Zunächst unterhalten sie sich über den verschluckten Spielzeugkopf, Sophia lenkt das Gespräch jedoch auf ihre Hormone. Die Ärztin meint aufgrund von Ungereimtheiten in ihrer Krankenakte müssen sie Sophia die Hormontherapie komplett entziehen. Sophia reagiert verärgert.
18	21:32 – 24:26	Zuhause von Sophia Burset	Sophia Burset, Crystal Burset	Sophia präsentiert ihrer Ehefrau ein Outfit, dass sie selbst zusammengestellt hat. Crystal meint das Outfit passt nicht zu ihr, da es viel zu jugendlich ist und sucht aus ihrem eigenen Kleiderschrank etwas Passenderes für Sophia. Crystal bringt Sophias Geschlechtsanpassung zur Sprache und bittet Sophia ihren Penis zu behalten. Sophia erklärt Crystal, dass das nicht geht und meint, dass Crystal nicht bei ihr bleiben müssen. Crystal betont hier, dass sie bleiben möchte. Die beiden küssen sich. Ihr gemeinsamer Sohn sieht wie sie sich küssen und läuft daraufhin weg.
19	24:26 – 27:27	Litchfield / Zuhause von Larry und Piper	Piper, Larry	Piper und Larry telefonieren miteinander. Das Gespräch geht zunächst über Alex, dann über den Einkauf, den Larry während die beiden miteinander telefonieren versucht einzuräumen. Larry versucht Telefon-Sex zu initiieren, Piper lehnt das jedoch ab. Nach ihrer Erklärung was das nicht ginge, legen sie auf.
20	27:27 – 28:27	Zellenblock C	Daya, Maria	Daya richtet sich ihre Seite des Wohnquadrates ein indem sie ein selbstgemaltes Bild versucht aufzuhängen. Maria gefällt das nicht, woraufhin sie den Gefängnisaufseher Bennett ruft. Bennett unterhält sich freundlich mit Daya und beschließt ihr zu erlauben das Bild aufzuhängen.
21	28:27 – 31:52	Besucherraum	Piper, Pipers Mutter, Polly	Piper und Pipers Mutter unterhalten sich anfangs nur zu zweit. Polly kommt kurz danach von der Toilette zurück und die drei reden kurz über die Umstände im Gefängnis. Pipers Mutter steht auf, um zum Snack-Automaten zu gehen. Als Piper's Mutter weg ist, eröffnet Piper Polly, dass sie eine „Gefängnisehefrau“ hat und erklärt ihr die Lage mit Crazy Eyes. Polly scheint interessiert, hat aber nicht viel Verständnis und lenkt das Gespräch auf sich als Pipers Mutter wieder zu ihnen stößt.
22	31:52 – 33:20	Küche	Red, Sophia	Red schneidet gerade Gemüse als Sophia zu ihr kommt. Red zerteilt eine Zucchini und macht eine Anmerkung zu Sophias Geschlechtsanpassung. Sophia stört sich nicht daran und bittet Red darum ihr Östrogene in das Gefängnis zu schmuggeln. Red lehnt das jedoch ab, da es in ihren Augen Drogen sind und sie sich gegen Drogen stellt.
23	33:20 – 34:38	Sneaker Geschäft	Sophia, Michael Burset, Pat	Sophia und ihr Sohn sind in einem Sneaker Laden als ihr ehemaliger Kollege Pat auftaucht. Pat ist überrascht Michael anzutreffen, bemerkt dann erst auf den zweiten Blick Sophia. Sie spricht ihn auf einen Brief an, den sie ihm geschrieben hat, der aber nicht beantwortet wurde. Pat drückt herum und den Laden da ihm die Situation unangenehm ist. Sophia versucht Michael die Situation zu erklären, dieser ärgert sich aber und läuft frustriert aus dem Laden. Da Michael die probierten Schuhe anhat, weist der Verkäufer Sophia darauf hin, dass sie noch zahlen muss.
24	34:38 – 36:40	Büro von Sam Healy	Piper, Sam Healy	Healy hat Piper zu sich gerufen, da bei ihm ein Antrag vorliegt in dem steht, dass Piper und eine gewisse Warren sich fortan ein Wohnquadrat teilen wollen. Wie es sich herausstellt, kam der Antrag von Crazy Eyes und Piper hatte damit nichts zu tun. Das beruhigt Healy, der daraufhin erklärt, dass Lesben gefährlich seien.
25	36:40 – 39:00	Bar	Piper, Alex	Piper betritt eine Bar. Alex sitzt bereits in der Bar an einem Tisch mit ihren Freunden. Als Piper am Tresen steht, ruft Alex ihr etwas zu was sie aber nicht versteht. Piper erkundigt sich beim Barkeeper nach einem Job, der erklärt ihr jedoch, dass sie niemanden derzeit suchen. Piper setzt sich an die Bar. Alex gesellt sich zu ihr und die beiden kommen ins Gespräch.
26	39:00 – 41:56	Wald	Larry, Cal	Larry besucht Cal. Cal erkundigt sich nach Larrys Wohlbefinden ohne Piper. Sie kommen im Laufe ihres Gesprächs auf männliche Masturbation. Cal erklärt Larry was „edging“ ist. Danach geht ihr Gespräch über Piper. Cal erklärt, dass sein Verhältnis zu seiner Familie sich seit Pipers Inhaftierung verändert hat.
27	41:56 – 42:28	Litchfield	Piper, Sophia	Piper trägt einen Karton und trifft auf dem Gang Sophia, sie hält sie kurz fest um ihr ein Puder zu geben. Sophia bedankt sich für die Geste und die beiden gehen wieder ihre Wege.
28	42:28 – 43:01	Temporäre Zellengemeinschaft	Piper, DeMarco, Nicky, Crazy Eyes	Piper verkündet, dass sie endlich ihre Commissary Produkte bekommen hat. Sie beschenkt DeMarco und Nicky aus Dank für vergangene Unterstützung. Crazy Eyes kommt mit Blumen vorbei, Piper bittet sie raus um sich mit ihr zu reden.
29	43:01 – 44:09	Gang	Piper, Crazy Eyes	Piper macht Crazy Eyes klar, dass sie nicht ihr zusammen sein kann. Crazy Eyes scheint es zu begreifen und geht, was Piper erstaunt zurücklässt.
30	44:09 -47:08	Besucherraum	Sophia, Crystal Burset	Sophia und Crystal sitzen gemeinsam an einem Tisch. Sophia erkundigt sich nach ihrem Sohn Michael. Crystal erklärt, dass er nicht mitkommen wollte. Crystal erkundigt sich nach Sophias Wohlergehen, die erklärt, dass man ihr ihre Hormone weggenommen hat und bittet Crystal welche für sie in das Gefängnis zu schmuggeln. Crystal reagiert erobst und lehnt es vehement ab.
31	47:08 – 47:42	Zellenblock B	Watson, Miss Claudette, Wärter	Ein Wärter teilt Watson mit, dass sie wieder neu zugewiesen wurde und das Wohnquadrat zu verlassen hat. Miss Claudette verabschiedet Watson kurzangebunden.
32	47:42 – 48:10	Zuhause von Larry und Piper	Larry	Larry masturbiert während er einen Porno ansieht. Es wird impliziert, dass er edging ausprobiert aber es nicht schafft.
33	48:10 – 49:58	Waschraum Litchfield	Piper, Alex	Nachdem Piper aus der Dusche rauskommt, trifft sie auf Alex. Die beiden streiten sich, Piper wirft Alex vor, dass sie sie verraten hätte, was Alex jedoch abstreitet.
34	49:58 – 50:37	Zellenblock C	Daya, Bennett	Bennett geht seine Runden in Zellenblock C als er an Dayas Wohnquadrat vorbeikommt. Daya bittet ihm um Hilfe da sie sich beim Anziehen verheddert hat und ihr Oberteil nicht richtig anziehen kann. Bennett hilft ihr sich zu befreien.

35	50:37 – 51:28	Litchfield Zuhause von Larry und Piper	Larry, Piper	Piper ruft Larry an und bittet ihn herauszufinden ob Alex sie bei ihrer Gerichtsverhandlung genannt hat.
35	51:28 – 51:52	Temporäre Zellenwohngemeinschaft	Piper, DeMarco, Wärter	Der Gefängniswärter teilt Piper mit dass sie Zellenblock B zugewiesen wurde. DeMarco erklärt Piper, dass Block B als das „Ghetto“ bekannt ist.
36	51:52 – 53:11	Zellenblock B	Piper, Miss Claudette	Piper kommt zu Zellenblock B und trifft dort zunächst nur auf Women Of Color (WOC). Wie sich herausstellt teilt sie sich das Wohnquadrat mit Miss Claudette, die ihr die Regeln für das Zusammenleben im Wohnquadrat erklärt.
37	53:11 – 53:19	Gang	Sophia, Pornstache, Leanne Taylor	Während Sophia den Gang runter geht, kommt sie an einer kleinen Kammer vorbei in der Pornstache und die Insassin Leanne sind. Leanne richtet sich auf, wischt sich den Mund ab, bekommt ein kleines Päckchen mit Pillen und geht. Als Pornstache Sophia sieht, schlägt er die Tür zu.
38	53:19 -53:45	Zuhause von Sophia Burset	Sophia, Crystal Burset, Michael, Polizisten	Sophia wird von Polizisten abgeführt. Crystal versucht mit den Polizisten zu reden. Ihr Sohn Michael beobachtet alles von der Treppe aus.
39	53:45 -54:31	Zellenblock B	Sophia, Pornstache	Pornstache geht auf Sophia zu und sagt ihr, dass ihm zu Ohren gekommen ist, dass sie auf der Suche nach Pillen sei und nimmt Bezug auf die sexuellen Anspielungen, die er zuvor ihr gegenüber machte. Sophia bleibt standhaft und lehnt ab.
40	54:31 – 54:49	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia schminkt sich ab und bemerkt ein Kinnhaar, das sie sich mit der Pinzette entfernt.
41	54:49 – 55:18	Zellenblock B	Piper, Crazy Eyes	Piper schläft, wird aber davon geweckt, dass Crazy Eyes vor ihrem Wohnquadrat steht und im Stehen anfängt zu urinieren, was auch Miss Claudette mitbekommt. Piper reagiert geschockt. Der Bildschirm wird schwarz ausgeblendet.
42	55:18 – 57:15			Abspann der Serie.

Relevante Sequenzen für die Interpretation sind hier: 2, 3, 4, 6, 8, 9, 12, 17, 18, 22, 23, 30, 38, 39, 40 und 41.

Etablierung als Sympathieträger

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
2	01:28 – 02:27	Unbekannt	Marcus Burset, Pat	Feuerwehrmann Burset betritt den Unfallort, sieht sich um und macht Fotos. Ein Kollege kommt hinzu. Sie unterhalten sich kurz darüber was Burset macht und verlassen gemeinsam den Ort
3	02:27 – 03:19	Umkleideraum	Feuerwehrmänner, Burset	Die Feuerwehrmänner unterhalten sich im Umkleideraum. Burset geht an seinen Kollegen vorbei zu einer Kabine. Während er sich umzieht, kann man sehen, dass er Unterwäsche für Frauen* anhat. Nachdem Burset sich umgezogen hat, wäscht er sein Gesicht am Waschbecken.
18	21:32 – 24:26	Zuhause von Sophia Burset	Sophia Burset, Crystal Burset	Sophia präsentiert ihrer Ehefrau ein Outfit, dass sie selbst zusammengestellt hat. Crystal meint das Outfit passt nicht zu ihr, da es viel zu jugendlich ist und sucht aus ihrem eigenen Kleiderschrank etwas Passenderes für Sophia. Crystal bringt Sophias Geschlechtsanpassung zur Sprache und bittet Sophia ihren Penis zu behalten. Sophia erklärt Crystal, dass das nicht geht und meint, dass Crystal nicht bei ihr bleiben müssen. Crystal betont hier, dass sie bleiben möchte. Die beiden küssen sich. Ihr gemeinsamer Sohn sieht wie sie sich küssen und läuft daraufhin weg.
23	33:20 – 34:38	Sneaker Geschäft	Sophia, Michael Burset, Pat	Sophia und ihr Sohn sind in einem Sneaker Laden als ihr ehemaliger Kollege Pat auftaucht. Pat ist überrascht Michael anzutreffen, bemerkt dann erst auf den zweiten Blick Sophia. Sie spricht ihn auf einen Brief an, den sie ihm geschrieben hat, der aber nicht beantwortet wurde. Pat drückt herum und den Laden da ihm die Situation unangenehm ist. Sophia versucht Michael die Situation zu erklären, dieser ärgert sich aber und läuft frustriert aus dem Laden. Da Michael die probierten Schuhe anhat, weist der Verkäufer Sophia darauf hin, dass sie noch zahlen muss.
39	53:19 -53:45	Zuhause von Sophia Burset	Sophia, Crystal Burset, Michael, Polizisten	Sophia wird von Polizisten abgeführt. Crystal versucht mit den Polizisten zu reden. Ihr Sohn Michael beobachtet alles von der Treppe aus.

Das Stilmittel der Rückblende, auch Flashback genannt, nimmt in den hier gelisteten Sequenzen eine erklärende Funktion ein. Grundsätzlich ermöglichen Flashbacks es die chronologische Abfolge von Ereignissen zu durchbrechen. Sie können dabei auch zur Dramatisierung als auch für spannungsteigernde Effekte genutzt werden, wie zum Beispiel durch die Aufdeckung eines Geheimnisses. In dem Fall dieser Sequenzen wird das Leben von Sophia Burset bevor sie inhaftiert wurde, offengelegt. Dass Sophia früher Feuerwehrmann* war, lässt Rückschlüsse auf ihre damalige Lebenswelt zu. Das

gesellschaftlich, etablierte Wissen über diesen Berufsstand ist, dass von Männern dominiert wird, die generell als „maskuline Männer“ angesehen werden. Das bildet einen noch stärkeren Kontrast zwischen der akzeptierten Performanz von Männlichkeit und ihrer wahren Weiblichkeit. Jedenfalls versucht die Rückblende Sophia verstärkt als Sympathieträger zu installieren. Ihre Motivation für den Kreditkartenbetrug wird quasi Schritt für Schritt mehr begründet. Die Zuschauer*innen fühlen mit ihr mit, wenn der Sohn sie ablehnt und sie mittels Geschenke ihn versucht für sich zu gewinnen. Denn als Identifikationsfigur dient Sophia noch immer, da sie als Familienmensch gezeigt wird. Was für viele Rezipient*innen von Bedeutung ist. Deswegen ist es auch so wichtig, dass das Eheverhältnis auch wenn es schwierig ist, liebevoll präsentiert wird. Man sieht in Sequenz 18 wie innig die Ehepartner* noch immer als sie sich küssen. Auch in Sequenz 39 sieht man, dass Crystal zu ihrer Sophia hält obwohl sie gerade von Polizist*innen abgeführt wird.

Die Entfremdung des Sohnes ist eine weitere thematische Ebene, die universal verstanden werden. Sequenzen 23, 30 und 39 verdeutlichen seine negative Haltung gegenüber Sophias Transition.

Lebenswelt Gefängnis

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
4	03:19 – 03:58	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia wäscht sich das Gesicht und schminkt sich mit selbstgemachten Hilfsmitteln. Sie betrachtet sich ihren Körper im Spiegel, dabei hat sie nur einen Slip an.
6	05:34 – 07:52	Waschraum Litchfield	Piper, Red, Sophia	Piper macht sich auf dem Weg zum Waschraum, dort ist bereits eine lange Schlange. Eine Mitinsassin warnt Piper sich nicht vorzudrängeln, diese betont aber dass sie nur auf die Toilette wolle. Red geht an der Schlange zur Dusche vorbei und gibt Piper scherzhaft die Erlaubnis zu pinkeln. Piper geht zu den Toiletten, in der ersten Kabine fehlt die Tür und sie stört Sophia. Sophia fühlt sich davon nicht gestört, macht sich fertig und geht zum Waschbecken. Sophia gibt Piper nützliche Tipps zur Waschraumnutzung. Ehe Sophia geht, meint sie noch zu Piper, dass sie in ihrem Salon vorbeischaun soll, damit Sophia ihre Haare richten kann. Sie verabschieden sich voneinander. Sophia verlässt den Waschraum.
9	11:17 – 12:01	Tablettenausgabe/Schwesternzimmer	Boo, Sophia, Gefängniswärter, Krankenpfleger	Die Insassinnen* stehen in der Schlange zur Medikamentenausgabe. Als Sophia dran ist, wird ihr ein Becher mit zwei rosa Pillen hingestellt. Sie beschwert sich, dass es nicht ihre Pillen sind. Der Krankenpfleger sagt das Gefängnis habe umgestellt, Sophia beschwert weiter darüber, dass es nicht die richtige Dosis für sie ist. Der Krankenpfleger winkt ab und meint sie soll zum Gefängnisberater wenn sie sich beschweren will, er kann ihr nur das ausstellen, was vom Gefängnis vorgegeben wird. Sie nimmt die Pillen und geht.
14	15:57 – 16:59	Büro von Sam Healy	Sam Healy, Sophia	Healy versucht Sophia zu erklären weshalb es keine bessere Medikation mehr gibt, sie erwidert, dass sie die Medikamente braucht, da ihr Körper sonst Entzugerscheinungen haben wird. Healy meint, dass er nichts für sie tun kann. Sophia erwidert darauf, dass sie einen Arzt sehen möchte, was aber laut Healy nur möglich ist wenn ein Notfall besteht. Sophia reißt von einem der Spielzeugfiguren auf seinem Schreibtisch den Kopf ab und verschluckt ihn. Sie meint daraufhin, dass sie einen Notfall melden möchte.
17	20:22 -21:32	Krankenzimmer	Ärztin, Sophia	Zunächst unterhalten sie sich über den verschluckten Spielzeugkopf, Sophia lenkt das Gespräch jedoch auf ihre Hormone. Die Ärztin meint aufgrund von Ungereimtheiten in ihrer Krankenakte müssen sie Sophia die Hormontherapie komplett entziehen. Sophia reagiert verärgert.

30	44:09 -47:08	Besucherraum	Sophia, Crystal Bursat	Sophia und Crystal sitzen gemeinsam an einem Tisch. Sophia erkundigt sich nach ihrem Sohn Michael. Crystal erklärt, dass er nicht mitkommen wollte. Crystal erkundigt sich nach Sophias Wohlergehen, die erklärt, dass man ihr ihre Hormone weggenommen hat und bittet Crystal welche für sie in das Gefängnis zu schmuggeln. Crystal reagiert erbost und lehnt es vehement ab.
38	53:11 – 53:19	Gang	Sophia, Pornstache, Leanne Taylor	Während Sophia den Gang runter geht, kommt sie an einer kleinen Kammer vorbei in der Pornstache und die Insassin Leanne sind. Leanne richtet sich auf, wischt sich den Mund ab, bekommt ein kleines Päckchen mit Pillen und geht. Als Pornstache Sophia sieht, schlägt er die Tür zu.
40	53:45 -54:31	Zellenblock B	Sophia, Pornstache	Pornstache geht auf Sophia zu und sagt ihr, dass ihm zu Ohren gekommen ist, dass sie auf der Suche nach Pillen sei und nimmt Bezug auf die sexuellen Anspielungen, die er zuvor ihr gegenüber machte. Sophia bleibt standhaft und lehnt ab.
41	54:31 – 54:49	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia schminkt sich ab und bemerkt ein Kinnhaar, das sie sich mit der Pinzette entfernt.

Das Gefängnis ist eine Welt, die für die wenigsten von uns erfahrbar ist. Sie eine Welt in der Welt drinnen. Schließlich ist das Gefängnis isoliert vom Rest der Gesellschaft. Es kommt zwar zu Überschneidungen, doch prinzipiell sind die Interaktionsmuster innerhalb dieses Systems ganz eigene. Die Darstellung des Gefängnisses als Lebenswelt hilft dabei einen Teilbereich der gesellschaftlichen Wirklichkeiten zu repräsentieren. Laut Mikos (vgl. 2015, S.97) sind alle Repräsentationen zu dem untrennbar in Machtbeziehungen eingeschrieben und werden so zu einem Feld der sozialen Auseinandersetzung. Eine solche Darstellung bietet den Rezipient*innen an sich mit gesellschaftlichen Strukturen auseinanderzusetzen. Für das Repräsentationssystem Fernsehen sind die handelnden Akteure nicht nur diejenigen, die miteinander, sondern auch mit Objekten ihrer Umwelt agieren. Sophia als handelnde Rolle agiert nicht nur mit den Mitgefangenen, sondern mit dem System Gefängnis, das ihre Autonomie nimmt. Die Personen, die für das System Gefängnis arbeiten konstruieren ein Machtgefälle, das in Form von Pornstache zum Beispiel schon missbrauchende Züge annimmt (vgl. Mikos 2015, S.108). In den Interaktionsverhältnissen zeigen sich historisch gewachsene Macht- und Herrschaftsverhältnisse ebenso wie strukturelle Beziehungen zwischen sozialen Rollen, Statuspositionen, Ethnien und Geschlechtern. Die Frauen*, die in Litchfield inhaftiert sind, entspringen sozialen Randgruppen, deren persönliches Wohlergehen keinen zu interessieren scheinen. Als Mitglieder* sozialer Randgruppen, sind sie Unterdrückung gewohnt, weshalb keine andere Person sich über die neue Medikation zu beschweren scheint außer Sophia. Diese setzt sich in Sequenz 14 dementsgegen, scheitert jedoch. Nichtsdestotrotz kann sie für andere Personen, nur denen aus Randgruppen, als Vorbild und zur Identifikation dienen, da sie aufzeigt, dass es Mittel und Wege gibt, um das System auszutricksen. Zwar mag es nicht immer Früchte tragen, aber dennoch sollte man nicht aufgeben.

Das Ich und der Spiegel

Nummer	Zeit	Ort	Figuren	Handlung
3	02:27 – 03:19	Umkleideraum	Feuerwehrmänner, Burset	Die Feuerwehrmänner unterhalten sich im Umkleideraum. Burset geht an seinen Kollegen vorbei zu einer Kabine. Während er sich umzieht, kann man sehen, dass er Unterwäsche für Frauen* anhat. Nachdem Burset sich umgezogen hat, wäscht er sein Gesicht am Waschbecken.
4	03:19 – 03:58	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia wäscht sich das Gesicht und schminkt sich mit selbstgemachten Hilfsmitteln. Sie betrachtet sich ihren Körper im Spiegel, dabei hat sie nur einen Slip an.
18	21:32 – 24:26	Zuhause von Sophia Burset	Sophia Burset, Crystal Burset	Sophia präsentiert ihrer Ehefrau ein Outfit, dass sie selbst zusammengestellt hat. Crystal meint das Outfit passt nicht zu ihr, da es viel zu jugendlich ist und sucht aus ihrem eigenen Kleiderschrank etwas Passenderes für Sophia. Crystal bringt Sophias Geschlechtsanpassung zur Sprache und bittet Sophia ihren Penis zu behalten. Sophia erklärt Crystal, dass das nicht geht und meint, dass Crystal nicht bei ihr bleiben müssen. Crystal betont hier, dass sie bleiben möchte. Die beiden küssen sich. Ihr gemeinsamer Sohn sieht wie sie sich küssen und läuft daraufhin weg.
41	54:31 – 54:49	Waschraum Litchfield	Sophia	Sophia schminkt sich ab und bemerkt ein Kinnhaar, das sie sich mit der Pinzette entfernt.

Bei den Sequenzen wird die Figur Sophia immer wieder gezeigt wie sie in den Spiegel schaut. Das erste Mal bei Sequenz 3 nach dem sie sich heimlich umgezogen hat. Der Blick in das eigene Gesicht wirkt als erhoffe sie sich, dass jemand anderes zurückblickt. Die Szene steht zum Beispiel im Kontrast zur Sequenz 4. In der Sequenz steht sie selbst bewusst vor dem Spiegel, man sieht ihren spärlich bekleideten Körper ganz deutlich und man erkennt auch, dass sie ihn mit Stolz betrachtet. Sequenz 18 spielt in der Vergangenheit als sie sich ihrer Frau in einem selbstgewählten Outfit präsentiert. Was ihr jedoch nicht gestanden hat. Crystal zeigt sich als hilfsbereit und such ihr ein neues Kleid aus, das wesentlich besser zu Sophia passt. Als sie in den Spiegel blickt, sagt sie etwas ungläubig aber auch stolz „I look hot“. Man erkennt die Wichtigkeit für Sophia die körperliche Anpassung an ihr gefühltes Geschlecht ist. Denn erst durch den weiblichen Körper fühlt sie sich als Frau.

Viele andere Transgender Personen empfinden ähnlich wie Sophia können mitfühlen, als sie ihre Östrogene nicht mehr bekommt und ihr körperlicher Zustand sich verschlechtert. Das wird insbesondere in der Sequenz 41 sichtbar als Sophia verzweifelt in den Spiegel schaut und sich mit der Pinzette ein anbahnendes Barthaar auszupfen muss.

Zwar stützt diese Darstellung von Körperlichkeit die gesellschaftliche Zweigeschlechterordnung, aber man muss weiterhin betonen, dass dies Realität für viele Transpersonen ist. Cis-Gender Rezipient*innen mögen die Variable Geschlecht dabei nicht gänzlich verstehen, doch eine gewisse Form von Körperdismorphie ist wohl jedem schon begegnet. Man vergleicht sich mit medial dargestellten Idealtypen und muss feststellen, dass der eigene Körper nicht genügend ist. Körperoptimierung wird so gut wie überall beworben. Insbesondere Frauen* sind von den medialen Darstellungen betroffen.

3.5 Identitätsstiftende Funktion der Serie

Welche Prozesse finden bei der Rezeption von Serien mit Transgender Charakteren statt? War die erkenntnisleitende Frage, die die Arbeit begleitet hat. Um an dieser Stelle zu rekapitulieren und werden die Sub-Forschungsfragen im Einzelnen beantwortet. Die Reihenfolge erfolgt hier in umgekehrter Reihung, um am Schluss die Hauptfrage beantworten zu können.

- **F5:** Welche Unterschiede lassen sich in der Darstellung von Transgender Charakteren auf verschiedenen Distributionskanälen verzeichnen?

Zunächst lassen sich strukturelle Unterschiede zwischen den einzelnen Serien feststellen. Denn durch den Distributionskanal Network, sind die Serien Ugly Betty und Glee an Werbeunterbrechungen gebunden, weshalb es regelmäßige Sequenzwechsel gab, die durch Schwarzblenden gekennzeichnet wurden. Die Transgender Charaktere unterschieden sich vor allem in der Repräsentation von Körperlichkeit bei der Geschlechteridentität. Vor allem bei Ugly Betty wurde durch die Darstellung von Alexis Meade die gesellschaftskonformen Geschlechterstereotype verstärkt. Die Transgender Charaktere in Glee müssen getrennt betrachtet werden. Unique Adams wurde in der Analyseeinheit nur als Statusrolle präsentiert und wies keine eindeutigen Merkmale auf. Man kann jedoch vermuten, dass die Ausformung des Charakters auf bekannten stereotypen Darstellung basiert, da es im Kontext der Produktion einfacher ist eine Figur einzuführen, bei der die Zuschauer*innen ein Vorwissen besitzen. Coach Beiste ist dagegen eine Handlungsrolle und die einzige FtM Darstellung der Analyse. Auf der Ebene der Ausstattung sieht man, dass die Produzenten der Serie versuchten auf gängige Doing Gender Praktiken zurück zu greifen (Hemd und Krawatte). Die Innenwelt der Figur war distinktiwer. OITNB, was über Netflix zur Verfügung steht, präsentiert die Figur Sophia Burset am ausgereiftesten. Zwar ist sie aufgrund ihrer Transsexualität ein individualisierter Charakter, jedoch definiert sie sich nicht allein durch dieses Merkmal. Sophias Repräsentation hat viel eher gesellschaftsübergreifende Themen wie Inhaftierung und Familie als mögliche Lesart. Man muss nun hier den Kontext der Produktion und Vermarktung der Serien betrachten. Glee und auch Ugly Betty sind beides Serien, die für Networks produziert wurden. Und die sind allgemein hin darauf ausgelegt, möglichst viele Werbetreibende anzulocken. Und da sie als Networks eher ein homogenes Publikum ansprechen wollen, nutzen sie den Fundus an stereotypen Darstellungen, der bereits existiert.

- **F4:** Inwiefern übt die Konstruktion von Gender in Serien Einfluss auf die Identitätsbildung der Rezipient*innen?

Durch die Wiederholung von Themen, Handlungsstrukturen und Figurenmuster (Gender-Darstellung) erhalten Film- und Fernsehtexte einen Vorbildcharakter. Je öfter die Rezipient*innen bestimmte Rollenmuster sehen, desto eher nehmen sie an, dass es sich dabei um eine weit verbreitete Vorstellung von relevanten Eigenschaften handelt. Im Kapitel 2.5.5 wurde erklärt, dass die identitätsstiftende Funktion einer Fernsehserie davon abhängt wie identitätsbildend die Figuren wahrgenommen werden. Die parasoziale Interaktion zwischen Rezipient*innen und Akteur*innen ist also folglich treibender Faktor der Identitätsbildung. Die Rezipient*innen sind in ihrer Beziehung zu den Charakteren frei und entziehen sich jeglicher Verantwortung, das heißt die angebotenen Rollenmuster und Vorbilder müssen nicht übernommen werden. Und den Nutzer*innen steht es frei zwischen den angebotenen Beziehungen zu wählen. Aber die soziale Konstruktion von Gender beeinflusst die Identitätsbildung der Menschen ohnehin. Unabhängig von der seriellen Darstellungsform. Doch muss man dabei bedenken, dass die soziale Konstruktion über eine mediale Darstellung erfolgt. Es tritt ein wechselseitiger Effekt ein, bei dem die medialen Bilder als Quelle für die Identitätsbildung mittels Geschlechterrepräsentation dienen.

Für die Darstellung der Transgender Charaktere bedeutet, dass sie den Zuschauer*innen dabei helfen in ihnen noch unbekannte Rollen zu schlüpfen aber es ihnen auch ermöglichen, Rollen anzunehmen, die sie gegenwärtig in ihrem realen Leben nicht ausüben können. Rezipient*innen, wenn sie selber transsexuell sind, können anhand der präsentierten Bilder bereits nachvollziehen wohin ihre Reise gehen könnte. Das heißt sie können anhand einer Alexis Meade sehen, dass Transfrauen* begehrenswert sein können. Anhand einer Sophia Burset sehen sie, dass die Familie einem auch nach der Geschlechtsanpassung bleibt. Sie können aber auch bereits vorahnen, welche negativen Reaktionen auf sie zukommen können wie zum Beispiel die Diskriminierung am Arbeitsplatz wie bei Coach Beiste. Der sagt in einer Sequenz selbst, dass er bereits eine negative Reaktion erwartet hat in der Form. Das Identifikationspotential der Serie schafft eine gewisse Erwartungshaltung, die die Rezipient*innen in Rückbezug auf ihre eigene soziale Welt, in Frage stellen oder bestätigen können.

Das bedeutet aber nicht, dass nur positive Attribute des Fernsehtextes übernommen werden können, sondern auch dass die toxischen Geschlechterstereotype auf die Identifikation der Rezipient*innen wirken können. Es ist individuell anhängig ob sie sich in den Darstellungen wiederfinden und damit ihre eigene Geschlechteridentität verifizieren oder falsifizieren.

- **F3:** Auf welche Weise wird Geschlecht und Gender in einer Serie konstruiert?

Geschlecht und Gender wird in einer Serie anhand der Figuren konstruiert. Diese Figuren und Akteur*innen sind dabei Idealtypen des dominanten Gesellschaftsdiskurses und bieten sich als Partner*innen für die parasoziale Interaktion an. Welche parasozialen Beziehungen die Zuschauer*innen akzeptieren obliegt ihrem Urteil ob sie das mediale Gegenüber annehmen oder nicht. Das hängt aber stark von Interaktionsmustern und der sozialen Situation der Rezipient*innen ab. Diese bilden die Grundlage für die Wünsche, die die Zuschauer*innen mit Hilfe der jeweiligen Beziehung befriedigen möchten.

Wie die Rezipient*innen mit den Angeboten umgehen ist eine Sache, die andere ist was ihnen überhaupt geboten wird. Die Konstruktion von Gender in einer Serie erfolgt wie bereits gesagt anhand der dargestellten Figuren. Diese Figuren agieren wie reale Menschen auch und performen (doing gender) ihr zugeschriebenes Geschlecht. Im Fall der Fernsehserie ist es wortwörtlich zugeschrieben, da die Produzent*innen Rekurs auf aktuelle Diskurse in der Gesellschaft nehmen, und dann Charaktere entwerfen. Die Figuren konstruieren das Geschlecht jedoch nicht nur durch die eigene Performanz - zu der auch die „korrekte“ Ausstattung durch Kleidung etc. zählt – sondern auch über die inhaltliche Repräsentation, die sich in den Dialogen widerspiegelt die nicht direkt an sie gerichtet sind. Nehmen wir hier zum Beispiel Sue Sylvester bei Sequenz 9 „And I want you to know that I am here for you as a friend, ally and a shoulder to cry on. Metaphorically of course. Because you’re a man now and real men don’t cry“. Dieser kann man wieder auf mehreren Ebenen deuten. Zum einen kann die Aussage, die Konstruktion der Geschlechter im heteronormativen Beziehungsrahmen unterstützen, dass zum Beispiel Männer* rational sind und Frauen* emotional. Aber zum anderen kann der Fernsehtext als bewusste Provokation gesehen werden, die so interpretiert werden kann, dass den Zuschauer*innen klar wird, dass Sues heteronormative Ansicht von Gender falsch ist. Was wiederum bedeutet, dass in so einem Fall eher die Dekonstruktion von Geschlecht und Gender der Fall ist.

- **F2:** Welche Möglichkeiten zur Identitätsbildung bietet die Transgender Darstellung in Serien?

Die Identitätsstiftung von Transgender Darstellung ist stark gekoppelt an einem möglichen Involvement der Zuschauer*innen, das in Kapitel 2.5.3 bereits angesprochen wurde. Das Themeninvolvement beschreibt zum Beispiel, dass die Nutzer*innen ihr Vorwissen in die Kommunikationssituation mitbringen und deswegen bereits emotional investiert sind, was dazu führt, dass sie sich mehr mit dem Fernsehtext identifizieren können. Bezüglich der Transgender Darstellung, zu dem nur wenige Rezipient*innen ein Vorwissen haben, ist das prozessuale Involvement wichtiger. Hier nehmen sie aktiv an der Rezeption Teil, denken über die präsentierten Botschaften nach und identifizieren sich in Folge eher mit den Charakteren.

Nehmen wir als Beispiel die Darstellung von Sophia Burset. Der dramaturgische Aufbau der Folge, veranlasst, dass die Rezipient*innen sich in ihr Leid miteinfühlen können. Es werden nicht nur trans-bezogene Themen angesprochen (falsche Medikation bzw. mangelnde Hormonbehandlung), sondern auch universell, handlungsleitende Themen wie Familienzusammenhalt oder Diskriminierung (aufgrund des Geschlechts, der Herkunft, des Alters etc.).

Problematisch ist hier aber die Bildsprache, die Gefängnisdirektorin Fig anwendet „If he wanted to keep his girlish figure, he should have stayed out of jail. Why would anyone ever give up being a man? It's like winning the lottery and giving the ticket back“. Mit dieser Aussage wertet sie einerseits die Transerfahrung ab, andererseits bestätigt sie eine zweigeschlechtliche Gesellschaftsordnung, in der Männer* bevorzugt werden. Dabei lässt sie kulturelle, religiöse, sexuelle und persönliche Determinanten außer Acht. Prinzipiell kann man davon ausgehen, dass Männer* in der Gesellschaft bevorzugt werden, wenn es um den Arbeitsmarkt geht. Dort aber auch nur in „männlich“ konnotierten Berufen. Männliche* Kindergärtner zum Beispiel werden oft aufgrund fiktivem, erlernten Wissens vorverurteilt. Hinzu kommt, dass im Fall von Sophia Burset, die Farbe ihrer Haut entscheidend ist. Ein Schwarzer Mann* hat es in der US-amerikanischen Gesellschaft nämlich nicht leichter als eine Weiße Frau*.

4. Schluss

Welche Prozesse finden bei der Rezeption von Serien mit Transgender Charakteren also statt? Zusammengefasst lässt sich sagen, dass eine Reihe an möglichen Prozessen für die Identitätsbildung stattfinden. Die kommunikationswissenschaftlichen Theorien zu Uses-and-Gratification, Involvement, und parasozialer Interaktion zeigen wie die mediale Darstellung von den Rezipient*innen verarbeitet werden können. Die Geschlechterforschung weist daraufhin, dass Geschlecht sowohl medial als auch sozial konstruiert wird und dass die Darstellung *doing gender* bedingt, da die Rezipient*innen mediale erlerntes Wissen anwenden, um sich dann der Welt entsprechend ihrer Geschlechteridentität zu präsentieren.

Die Variable Transgender ist hiermit jedoch noch immer nicht ausreichend untersucht. Schließlich kann eine exemplarische Untersuchung immer nur einen kleinen Teil zum Verständnis der Welt beitragen. Die Medienproduktionen tun ihr übriges und liefern ständig neues Untersuchungsmaterial dem man erst noch nachkommen muss. Wünschenswert wäre für zukünftige Untersuchungen mehr Transpersonen in die Forschung miteinzubeziehen, deren persönlichen Kontexte können schließlich neue Ebenen der Leseart von Film- und Fernsehtexten aufzeigen. Die Kommunikationswissenschaft hat sich in den letzten Jahrzehnten stark weiterentwickelt, aber auch hier ist zu hoffen, dass Forschungsfragen inklusiver formuliert werden und neue Forschungsfelder dadurch entdeckt werden.

Schließlich muss man auch mal neue Eissorten probieren, um herauszufinden ob sie einem schmecken oder nicht. Und manchmal muss es gar kein Eis sein, da reicht auch schon ein Sorbet.

5. Literaturverzeichnis

Abels, Heinz (2010): Identität. Über die Entstehung des Gedankens, dass der Mensch ein Individuum ist, den nicht leicht zu verwirklichenden Anspruch auf Individualität und die Tatsache, dass Identität in Zeiten der Individualisierung von der Hand in den Mund lebt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Adam, Marc. A. (2008): Internet-TV – das Fernsehen der Zukunft. In: In: Kaumanns, Ralf/ Siegenheim, Veit/ Sjurts, Insa (Hrsg.): Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt. Gabler. GVW Fachverlage. Wiesbaden.

Ang, Ein (2008): Radikaler Kontextualismus und Ethnografie in der Rezeptionsforschung. In: Hepp, Andreas/ Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Medien. Cultural Studies und Medienanalyse. VS Verlag. Wiesbaden.

Altendorfer, Laura-Maria (2016): Mediennutzung – Grundlagen, Trends und Forschung. In: Altendorfer, Otto/ Hilmer, Ludwig (Hrsg.) Medienmanagement. Band 2: Medienpraxis – Mediengeschichte – Medienordnung. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Bilandzic, Helena/ Rössler, Patrick (2004): Life according to television. Implications of genre-specific cultivation effects: The Gratification/Cultivation model. In: Communications. Jahrgang 29. S.295-326.

Bleicher, Joan Kristin (2013): Alte Rollenbilder im Neuen Fernsehen. Aspekte der Genderperforanz in Reality-Formaten. In: Loist, Skadi/ Kannengiesser, Sigrid/ Bleicher, Joan Kristin: Sexy media? Gender/Queertheoretische Analysen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften. Transcript Verlag. Bielefeld.

Bohco, Steven interviewt von Krogerus, Mikael (2006): Der Serientäter. In: NZZ Folio 10: 1-6. Zitiert in: Bock, Annetrin (2013b): Fernsehserienrezeption. Produktion, Vermarktung und Rezeption US-amerikanischer Prime-Time-Serien. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Bock, Annetrin (2013a): Der ‚Zuschauer von morgen‘ - Fernsehrezeption im Wandel. In: Eichner, Susanne/ Mikos, Lothar/ Winter, Rainer (Hrsg.): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Bock, Annetrin (2013b): Fernsehserienrezeption. Produktion, Vermarktung und Rezeption US-amerikanischer Prime-Time-Serien. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag GmbH.

Butler, Judith (2014): Das Unbehagen der Geschlechter. Gender Studies. Edition suhrkamp. SV. Frankfurt am Main.

Carrera, Maria Victoria/ DePalma, Renée/ Lameiras, Maria (2012): Sex/gender identity: Moving beyond fixed and ‘natural’ categories. In: Sexualities. 15(8). S.995-1016.

Corfield, James (2017): Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across Prime-Time Television and Netflix Original Programming.

Davis, Helen (2004): Understanding Stuart Hall. Sage. London.

Dellwing, Michael (2017): Kult(ur)serien: Produktion, Inhalt und Publikum im looking-

glass television. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

De Posch, Guillaume/ Englert, Dr.Marcus (2008): Zukunft Fernsehen – Content ist King Kong. In: Kaumanns, Ralf/ Siegenheim, Veit/ Sjurts, Insa (Hrsg.): Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt. Gabler. GVW Fachverlage. Wiesbaden.

Dorer, Johanna (2002a): Diskurs, Medien und Identität. Neue Perspektiven in der feministischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.

Dorer, Johanna (2002b): Entwicklung und Profilbildung feministischer Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.

Dorer, Johanna/ Klaus, Elisabeth (2008): Feministische Theorien der Kommunikationswissenschaft. In: Winter, Carsten/ Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Ebert, Simone (2010): Das Fernsehen der Anderen: Transkulturelle Adaption von Fernsehformaten am Beispiel der Reality Show „Teufels Küche“. In: Lantzsich, Katja/ Altmeyden/ Klaus-Dieter/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Eckes, Thomas (2010): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth/ Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Ernst, Waltraud (2002): Zur Vielfältigkeit von Geschlecht. Überlegungen zum Geschlechterbegriff in der feministischen Medienforschung. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.

Fleischmann, Alice (2016): Frauenfiguren des zeitgenössischen Mainstreamfilms. A Matter of What's in the Frame and What's Out. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Frank, Verena (2009): Fernsehrealität versus Wunschdenken. Journalismusbilder im Vergleich. Eine Analyse verschiedener Fernsehserien mit anschließender Befragung angehender österreichischer Journalisten. Wien.

Ganz-Blättler, Ursula (2008): Die (Fernseh-)Fiktion als Gemeinschaftswerk(en) und kulturelle Teilhabe. In: Hepp, Andreas/ Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht.

Cultural Studies und Medienanalyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Gildemeister, Regina (2010): Doing Gender. In: Becker, Ruth/ Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Göttlich, Udo (2001): Fernsehproduktion, factual entertainment und Eventisierung. In: montage/av. 10/1/2001. S. 71-90. Berlin.

Gross, Larry (2001): Up From Invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media in America.

Hark, Sabine (2013): Queer Studies. In: Braun, Christina von/Stephan, Inge (Hrsg.): Gender@Wissen. Ein Handbuch der Gender-Theorien. UTB für Wissenschaft. Stuttgart.

Harrington, Lee (2016): Traversing Gender. Understanding Transgender Realities. Mystic Productions Press.

Hepp, Andreas (2008): Cultural Studies. In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage. Wiesbaden.

Heß, Pamela (2010): Geschlechterkonstruktion nach der Wende. Auf dem Weg einer gemeinsamen Politischen Kultur? GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Hickethier, Knut (2012): Film- und Fernsehanalyse. Verlag J.B. Metzler. Stuttgart. Weimar.

Höfer, Wolfgang (2013): Medien und Emotionen. Zum Medienhandeln junger Menschen. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Hugger, Kai-Uwe (2008): Uses-and-Gratification-Approach und Nutzenansatz. In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage. Wiesbaden.

Jäckel, Michael (2008): Medien- wirkungen Ein Studienbuch zur Einführung. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Jenner, Mareike (2014): Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. In: new media & society 2016, Vol. 18(2) 257–273.

Jensen, Heike (2013): Sexualität. In: Braun, Christina von/Stephan, Inge (Hrsg.): Gender@Wissen. Ein Handbuch der Gender-Theorien. UTB für Wissenschaft. Stuttgart.

Karstens, Eric/ Schütte Jörg (2013): Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Keppler, Angela (1995): Person und Figur. Identifikationsangebote im Fernsehen. In: montage/av. 4/2/1995. S. 85-100. Berlin.

Keppler, Angela (1996): Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als Beziehungskiste. Westdeutscher Verlag. Opladen.

Keppler, Angela (2010): Variationen des Selbstverständnisses. Das Fernsehen als Schauplatz der Formung sozialer Identität. In: Hartmann, Maren/ Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Klaus, Elisabeth/ Röser, Jutta/ Wischermann, Ulla (2002): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Anmerkungen zu einer offenen Zweierbeziehung. In: Klaus, Elisabeth/ Röser, Jutta/ Wischermann, Ulla (Hrsg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. 2002. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.

Koch-Gombert, Dominik (2010): Aufgaben und Strategien der Programmplanung im klassischen Free-TV und im digitalen Wettbewerb. In: Lantzsich, Katja/ Altmeppen/ Klaus-Dieter/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Krönert, Veronika/ Hepp, Andreas (2015): Identität und Identifikation. In: Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich/ Lingenberg, Swantje/ Wimmer, Jeffrey (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Landau, Neil (2016): TV outside the box. Trailblazing in the new golden age of television. Focal Press. New York. London.

Lobato, Ramon (2018): Rethinking International TV Flows in the Age of Netflix. Television and New Media. Vol.19. No.3. S.241-256.

Lohmeier, Christine (2016): Cultural Studies in der Kommunikationswissenschaft. In: Averbeck- Lietz, Stefanie/ Meyen, Michael (Hrsg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Loist, Skadi/ Kannengiesser, Sigrid/ Bleicher, Joan Kristin (2013): Sexy media? Gender/Queertheoretische Analysen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften. Transcript Verlag. Bielefeld.

Lünenborg, Margreth / Maier Tanja (2013): Gender Media. Eine Einführung. UTB GmbH. Konstanz.

Maier, Tanja (2015): Feminismus, Gender und Queer. In: In: Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich/ Lingenberg, Swantje/ Wimmer, Jeffrey (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Meltzer, Christine E. (2017): Medienwirkung trotz Erfahrung. Der Einfluss von direkter und medial vermittelter Erfahrung eines Ereignisses. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Meuser, Michael (2010): Körperdiskurse und Körperpraxen der Geschlechterdifferenz. In: Aulenbacher, Brigitte/ Meuser, Michael/ Riegraf, Brigit (Hrsg.): Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Mikos, Lothar (2008): Film- und Fernsehanalyse. UVK Verlagsgesellschaft. Konstanz.

Mikos, Lothar (2015): *Film- Und Fernsehanalyse*. UVK Verlagsgesellschaft. Konstanz.

Mikos, Lothar (2016): Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. In: Media and Communication. Volume 4, Issue 3, S. 154-161.

Moran, Albert (2009): *New Flows in Global TV*. Intellect. Bristol. Chicago.

Müller, Bernadette (2011): Empirische Identitätsforschung. Personale, soziale und kulturelle Dimensionen der Selbstverortung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Nabi, Robin L./ Finnerty, Keli/ Domschke, Tricia/ Hall, Shawnika (2006): Does Misery Love Company? Exploring the Therapeutic Effects of TV Viewing on Regretted Experiences. In: Journal of Communications. Volume 56. S.689-706.

Orland, Barbara (2017): Gender Studies. In: Sommer, Marianne/ Müller-Wille, Staffan/ Reinhardt, Carsten (Hrsg.): Handbuch Wissenschaftsgeschichte. J.B. Metzler, Stuttgart.

O'Shea, Saoirse Caitlin (2016): I am not that Caitlin: a critique of both the transphobic media reaction to Caitlyn Jenner's Vanity Fair cover shoot and of passing. In: Culture and Organization. S.202-216.

Paul, Sanjoy (2011): Digital Video Distribution in Broadband, Television, Mobile and Converged Networks: Trends, Challenges and Solutions. Wiley.

Richthammer, Esther (2017): Spielräume für Geschlechterfragen. Re- und Dekonstruktion der Kategorie „Geschlecht“ in kunstpädagogischen Kontexten. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Riegraf, Birgit (2010): Konstruktion von Geschlecht. In: Aulenbacher, Brigitte/ Meuser, Michael/ Riegraf, Brigit (Hrsg.): Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Röben, Bärbel (2013): Medienethik und die „Anderen“. Multiperspektivität als neue Schlüsselkompetenz. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Rossmann, Constanze (2008): Fiktion Wirklichkeit. Ein Modell der

Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Sarandos, Ted interviewt von Media Industries Project (2014). In: Curtin, Michael/ Holt, Jennifer/ Sanson, Kevin (Hrsg.): Distribution revolution. Conversations about the digital future of film and television. University of California Press. Oakland.

Seel, Norbert M./Born, Manuela (1984): Effekte von Fernsehen auf die Wertvorstellung von Zuschauern. In: Communications. Jahrgang 10. Heft 1-3.

Schlütz, Daniela (2016): Quality-TV als Unterhaltungsphänomen. Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Schweizer, Katinka/ Brunner, Franziska (2013): Sexuelle Orientierung. In: Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz. Vol 56. S.231-239.

Sender, Katherine (2012): No Hard Feelings. Reflexivity and Queer Affect in the New Media Landscape. In: Ross, Karen (Hrsg.): The Handbook of Gender, Sex and Media. John Wiley & Sons Inc.

Siebler, Kay (2012): Transgender Transitions: Sex/Gender Binaries. In: Journal of Gay & Lesbian Mental Health, 16:1, S. 74-99.

Simons, Nele (2013): Zuschauerforschung in den Fernsehwissenschaften: Technologien und Methoden im Wandel. In: Eichner, Susanne/ Mikos, Lothar/ Winter, Rainer (Hrsg.): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Sudmann, Andreas (2017): Serielle Überbietung. Zur televisuellen Ästhetik und Philosophie exponierter Steigerungen. J.B. Metzler. Stuttgart

Trebbe, Joachim (2009): Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration. Eine Untersuchung zu massenmedialer Repräsentation und Medienwirkungen. VS Verlage für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Trebbe Joachim/ Schwotzer, Bertil (2010): Fernsehunterhaltung: Platzierung, Formate und Produktionscharakteristika. In: Lantzsich, Katja/ Altmeyden/ Klaus-Dieter/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Trepte, Sabine (2004): Soziale Identität und Medienwahl. *Eine binationale Studie zum Einfluss von Gender-Identität und nationaler Identität auf die Selektion unterhaltender Medieninhalte.* In: M&K. 52.Ausgabe, Jahrgang 02/2004, S.230-249.

Wegener, Claudia (2008): Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage. Wiesbaden.

Wegener, Claudia (2008b): *Parasoziale Interaktion*. In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage. Wiesbaden.

Wetterer, Angelika (2010): Konstruktion von Geschlecht: Reproduktionsweisen der Zweigeschlechtlichkeit. In: Becker, Ruth/ Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Winter, Rainer (2013): Fernsehserien als Kult. In: Eichner, Susanne/ Mikos, Lothar/ Winter, Rainer (Hrsg.): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien. Springer Fachmedien. Wiesbaden.

Wolf, Birgit (2008): Geschlechterdarstellung in den Nachrichten: Monitoring, Quoten und Befunde. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte/ Köpl, Regina (Hrsg.): Medien – Politik – Geschlecht. Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Wulff, Hans Jürgen/ Lehmann, Ingo (2008): Kultivierungshypothese (Cultivation Hypothesis). In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage. Wiesbaden.

Zabel, Christian (2009): Wettbewerb im deutschen TV-Produktionssektor. Produktionsprozesse, Innovationsmanagement und Timing-Strategien. VS Verlag für Sozialwissenschaften. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Internetquellen

Auletta, Ken (2014): Outside The Box. In: The New Yorker. 3. Feb. 2014, P. 54 Auf: <http://link.galegroup.com/apps/doc/A359210668/LitRC?u=43wien&sid=LitRC&xid=a543d363> (zuletzt aufgerufen am 17.01.2018)

Herrmann, Steffen Kitty (2003): Performing the Gap. Queere Gestalten und geschlechtliche Aneignung. In: arranca. Ausgabe 28. <https://arranca.org/archive?path=%2Fausgabe%2F28%2Fperforming-the-gap> (zuletzt aufgerufen am 01.09.2019)

Heeke, Ramona (2017): Internationale Medienkonzerne. Netflix. Auf: <https://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/netflix.html> (letzte Änderung am 19.10.2017, zuletzt aufgerufen am 21.01.2018)

Hohenstein, Christiane (2019) interviewt von Widmer, Michèle: <https://www.persoendlich.com/gesellschaft/der-genderstern-ermoglicht-diversitat-auf-wortebene> (letzte Änderung am 19.05.2019, zuletzt aufgerufen am 01.09.2019)

Huddelston Jr., Tom (2018): How Amazon, Hulu, And Netflix Flared at the 2018 Golden

Globes. Auf: <http://fortune.com/2018/01/08/golden-globe-awards-netflix-amazon-hulu/> (letzte Änderung am 08.01.2018, zuletzt aufgerufen am 21.01.2018)

Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2017): Internationale Medienkonzerne: Amazon. Auf: <https://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/amazoncom-inc.html> (letzte Änderung am 27.11.2017, zuletzt aufgerufen am 21.01.2018)

Schlichter, Ansgar (2016): Horizontales und vertikales Erzählen. Auf: <https://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=8946> (letzte Änderung am 24.06.2016, zuletzt aufgerufen am 08.09.2019)

Stolworthy, Jacob (2016): Amazon Prime Video original TV content is on a par with Netflix – it's about time the world noticed. Auf: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/amazon-prime-video-original-tv-content-is-on-a-par-with-netflix-a6997731.html> (letzte Änderung 23.04.2016, zuletzt aufgerufen am 21.01.2018)

Waples, Megan (2015): The Rising Popularity of Dramedy. Auf: <https://emorywheel.com/the-rising-popularity-of-the-dramedy/> (letzte Änderung am 05.02.2015, zuletzt aufgerufen am 10.09.19)

Abstract

Die zentrale Fragestellung dieser Arbeit behandelt Wirkungs- und Identifikationspotentiale der Darstellung von Transgender-Charakteren in Serien. Die Frage nach der Wirkung beschränkt sich jedoch nicht nur auf Rezipient*innen, die selbst Transgender sind, sondern ist an das gesamte Publikum gerichtet. Identitätsbildung und alle Teilbereiche sollen dabei inklusiv und – wenn möglich – fern eines rein dichotomen Dispositivs betrachtet werden.

Die Fragestellung nach der Wirkung der seriellen Darstellung lässt sich dabei im Bereich der Rezeptions- und Nutzungsforschung verorten. Neben Konzepten der Geschlechterforschung zur Identitätsbildung bilden kommunikationswissenschaftliche Thesen zu Kultivierung, Dekodierungsprozessen und Interpretationsgemeinschaften den theoretischen Rahmen dieser Arbeit. Dabei zeigt sich, dass in der kommunikationswissenschaftlichen Disziplin bereits zahlreiche Untersuchungen zur Darstellung von Frauen* und Männern* in Film und Fernsehen existieren. In Hinsicht auf Transgender gibt es aber bisher kaum Ergebnisse, weshalb sich die anschließende Fernsehanalyse mit der seriellen Darstellung von Transgender Figuren in den Serien *Ugly Betty*, *Glee* und *Orange Is The New Black* beschäftigt. Da die Analyse erkenntnisgeleitet ist, dient Lothar Mikos' transdisziplinäre Zugangsweise als Grundlage für die hermeneutische Serienanalyse.

Daraus ergibt sich, dass Kultivierungseffekte der Film- und Fernsehtexte am stärksten sind, wenn es um die Darstellung von Ereignissen und Gruppen geht, die aus der Reichweite der Zuseher*innen liegt. Zudem zeigt sich, dass die Identifikation mit den Charakteren nicht nur abhängig von den individuellen Einstellungen und Lebenswelten der Rezipient*innen ist, sondern auch von der Inszenierung derer als Identifikationsfiguren. Für die Identifikation spielen vor allem handlungsleitende Themen eine wichtige Rolle. Innerhalb der Analyse stellt sich dann unter anderem die Identitätssuche der Transgender-Charaktere als universelles Thema heraus, mit dem sich auch nicht-transidente Rezipient*innen identifizieren können.

Das Wissen über die Welt setzen Rezipient*innen aus den eigenen Erfahrungen, Nachrichtensendungen und Dramatisierungen des Alltäglichen in Fernsehsendungen zusammen. Ob die Darstellungen wahrheitsgemäß sind, kann in den meisten Fällen nicht überprüft werden, da sie für die Zuschauer*innen nicht unmittelbar erfahrbar sind. Die Erfahrungen, die Rezipient*innen folglich machen, sind daran gebunden, was die Medien präsentieren, weshalb es umso wichtiger ist Diversität in Medienproduktionen abzubilden.

