

böhlau

BEZIEHUNGSSEX

MEDIEN UND BERATUNG IM
20. JAHRHUNDERT

ANNIKA WELLMANN

böhlau

Annika Wellmann

Beziehungssex

Medien und Beratung
im 20. Jahrhundert



2012

BÖHLAU VERLAG KÖLN WEIMAR WIEN

Publiziert mit Unterstützung des
Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung
und der Gerda Henkel Stiftung, Düsseldorf

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich
im Herbstsemester 2009 auf Antrag von Prof. Dr. Philipp Sarasin und Prof. Dr. Barbara Duden
als Dissertation angenommen.

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

© 2012 by Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln Weimar Wien
Ursulaplatz 1, D-50668 Köln, www.boehlau-verlag.com

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes
ist unzulässig.

Gesamtherstellung: WBD Wissenschaftlicher Bücherdienst, Köln
Gedruckt auf chlor- und säurefreiem Papier

ISBN 978-3-412-20780-9

Inhalt

Einleitung	9
1. Mediengeschichten: Zeitung, Beratung, Leserschaft	23
1.1. Die Boulevardzeitung Blick	24
<i>Rascher Aufstieg, mangelnde Geltung</i>	24
<i>Leserbindung</i>	30
1.2. Redaktionsgeschichten	34
<i>Die Idee: Eine Sexratgeberrubrik für den Blick</i>	35
<i>Lancierung und Etablierung der „Lieben Marta“</i>	38
<i>Der Arbeitsalltag der Ratgeberin</i>	41
<i>Personelle Neubesetzung und Konzeptwechsel</i>	44
<i>Tätigkeiten der pensionierten Marta Emmenegger</i>	45
1.3. Die Figur der Ratgeberin	47
<i>Die Intermedialität der Ratgeberin</i>	48
<i>Biographie-Konstruktionen: Die Leben der „Lieben Marta“</i>	51
<i>Inszenierungen der Berufsfrau: Emotion und Expertise</i>	57
1.4. Zur Rezeption der „Lieben Marta“	60
<i>Leserinnen und Leser</i>	61
<i>Lob und Lamento</i>	63
1.5. Ein Medium, dem man Probleme anvertraute	68
2. Das Rumoren der Redaktion:	
Wie die Ratgeberrubrik produziert wurde	71
2.1. Ratsuche: Von Alterssex bis Zungenkuss	71
2.2. Die beratene Ratgeberin	77
2.3. Kanäle der Ratgeberkommunikation	81
<i>Persönliche Briefe</i>	82
<i>Begleitbriefe</i>	83
<i>Telefon</i>	84
<i>Radio</i>	86
<i>Persönliche Gespräche</i>	88
2.4. Die Ordnung des Archivs	89
<i>Originale und Personen</i>	91
<i>Kopien und Themen</i>	93
<i>Ein Weg durchs Archiv: AIDS</i>	94
<i>Archivfunktionen</i>	98

2.5. Vom Brief zur Kolumne	100
<i>Auswahlkriterien</i>	101
<i>Klientenschutz und Leserdienst</i>	102
<i>Mediale Ökonomien</i>	105
<i>Einschlüsse, Ausschlüsse</i>	109
2.6. Bewegungen und Fixierungen in der Redaktion	113
3. Die Kolumne im Blick.	
Medialität des Diskurses und Figuration des Wissens	115
3.1. Die Medialität des Diskurses	115
<i>Die Platzierung der Kolumnen</i>	116
<i>Paratexte</i>	118
<i>Die Struktur der Kolumnen</i>	123
3.2. Figuration des Wissens	124
<i>Hybridisierung der Wissensformen</i>	125
<i>Kollektivsymbolik und Polysemie</i>	128
<i>Effekte der Wissensbasierung</i>	133
3.3. Auswirkungen der medialen Situierung	134
4. Die Logik des Rates: Arbeit an sich selbst	136
4.1. Der Rat als Option und Machbarkeitsphantasie	136
4.2. Formung von Leib und Seele	139
<i>Den (Sexual-)Körper bearbeiten</i>	139
<i>Die Psyche transformieren</i>	143
<i>Autonomie üben</i>	147
4.3. Arbeit im Bett	148
<i>Neues ausprobieren</i>	148
<i>Trainieren</i>	151
4.4. Mit Hilfe Dritter	153
<i>Vielfältiges Angebot, gezielte Anwendung</i>	154
<i>Die Grenzen der Pharmazeutika</i>	155
<i>Weiterlesen: Sexratgeber und Aufklärungsliteratur</i>	157
<i>Überkommene Autoritäten: Ärzte und Richter</i>	161
<i>Neue Formen: Beratung, Selbsthilfe, Therapie</i>	165
4.5. Ratschläge: Medienökonomische Rationalität und Lebenslanges Lernen	170
5. Das Ziel: Glückliche Beziehung und guter Sex	172
5.1. Konstruktionen des Paares	172
5.2. Die glückliche Beziehung: Liebe und Partnerschaft	179
5.3. Sex: Handlungen und Empfindungen, Orte und Zeiten	186

5.4. Der gute Sex: Beziehungssex	189
5.5. Lob der neuen Normen	194
5.6. Die Produktion des Beziehungssex	198
6. Der Sex im Feld des Sozialen	199
6.1. Geschlecht	200
6.2. Nationalität	205
6.3. Alter	211
6.4. Sozioökonomischer Status	216
6.5. Behinderung	220
6.6. AIDS	226
6.7. Produktive Projektionen	233
7. Lüste im Zeichen des Beziehungssex	235
7.1. Bisexualität als Horizonterweiterung	236
7.2. SM als Praktik und als Trieb	242
7.3. Die Rückkehr des Onanisten	246
7.4. Pornos und Paare	250
7.5. Beziehungssex als Messlatte	258
Ausblick	260
Anhang (Abbildungen)	266
Quellen	270
Unveröffentlichte Quellen	270
Statistische Erhebungen	270
Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge	270
Monographien	273
Diskographie	275
Sekundärliteratur	275
Register	294
Danksagung	299

Sexualberatung ist heute in den Massenmedien allgegenwärtig. Beratungsformate bringen ihre Leserschaft dazu, über sich selbst und ihren Sex zu schreiben. Sie verbreiten Wissen über Praktiken, Körper und Identitäten. Eine Vorläuferin dieser Formate war die Kolumne „Liebe Marta“, die in der Schweiz während der 1980er Jahre zur „Sexberaterin der Nation“ avancierte. Annika Wellmann zeigt an diesem Beispiel, wie die Medien und ihre Ratgeberfunktion einerseits und die Diskursivierung des Sexuellen andererseits in einem produktiven Verbund das hervorbrachten, was als „unsere Sexualität“ anerkannt wird. Den Angelpunkt bildete dabei eine Norm, die sich zu jener Zeit durchsetzte: der auf Liebe gründende und partnerschaftlich ausgehandelte Beziehungssex.

