

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	9
<b>1. Fernsehen, Show und Kommunikation – zur pragmatischen Analyse von Fernsehshows</b>	15
<b>2. HERZBLATT: Show-Spiel mit sozialen Folgen</b>	25
2.1. Adaption: Medialisierung einer sozialen Situation	27
2.2. Rahmen: Changierende Wirklichkeiten	35
2.3. Produktion: Die Formatierung der Kandidaten	53
2.4. Dramaturgische Register: Entscheidungsspiel, Romanze, Comedy	67
2.5. Performance: Authentie und Hyperritualisierung	84
<b>3. Beziehungs-Arrangements in gemischten Wirklichkeiten</b>	95
3.1. Modell: HERZBLATT als Interaktionsshow	98
3.2. Variationen: Formen der Beziehungsshow im deutschen Fernsehen	107
3.2.1. Feier: Spiele für Brautpaare	108
3.2.2. Kontakt: Annoncen für Partnersuchende	114
3.2.3. Paarung: Spiele zum Anbandeln für Singles	118
3.2.4. Konflikt: Arrangements für Zerstrittene	126
3.3. Genre: Prototyp, lebendiges Genrebewußtsein und Funktion	131
<b>4. Gesellschaftliche Rahmen der Beziehungsshow</b>	143
4.1. Kommerzialisierung: Kleine Ökonomie der Beziehungsshow	145
4.2. Individualisierung: Fernsehen, Singles und die Reflexion des Selbst	154
4.3. Para-Intimität: Das Private im öffentlichen Rahmen	162
4.4. Sexualität: Mediale Aufführung der Geschlechter	173
4.4.1. Re-Inszenierung des heterosexuellen Paares	174
4.4.2. Geschlechteridentitäten: Tendenz der "reinen Beziehung"	180
4.4.3. Kritik der "Subversions-Hypothese"	190
<b>5. Das Soziale in der Schwebe der Unterhaltungswirklichkeit</b>	197
5.1. Korrespondenz: Zum Begriff der Unterhaltung	197
5.2. Betroffenheit: Grenzen der Unterhaltung	205
5.3. Zur gesellschaftlichen Bedeutung der Beziehungsshow	210
<b>Literatur</b>	213
<b>Verzeichnis der Beziehungsshows und Kontaktsendungen im deutschen Fernsehen</b>	229