



Elisa Franz

Kommunikative Verfahren beim SpeedDating
- eine empirische Gattungsanalyse

<http://noam.uni-muenster.de/SASI>

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
2. Vorstellung des SpeedDatings und der methodischen Grundlagen	6
2.1 Das Veranstaltungsformat „SpeedDating“	6
2.2 Organisation des SpeedDatings	9
2.3 Datenmaterial	11
2.4 Methodische Grundlagen	13
2.4.1 Das Konzept der kommunikativen Gattungen	13
2.4.2 Die ethnomethodologische Conversation Analysis	16
2.4.3 Accountability	18
2.4.4 Das Konzept des <i>face-work</i>	19
3. Rhetorisch-gesprächsanalytische Gattungsanalyse	20
3.1 Vergleich: SpeedDating und Bewerbungsgespräch	21
3.1.1 Selbstvorstellung beim SpeedDating	23
3.1.2 Die Passungsüberprüfung beim SpeedDating	24
3.1.3 Informationseinholung beim SpeedDating	27
3.1.4 Zusammenfassung des Vergleichs SpeedDating mit dem Bewerbungsgespräch	28
3.2 <i>phatic communion</i> , Metakommunikation und Smalltalk	29
3.2.1 <i>phatic communion</i> beim SpeedDating	30
3.2.2 Metakommunikation beim SpeedDating	34
3.2.3 Smalltalk-Frageformen beim SpeedDating	35
3.2.4 Und was machst Du so?	36
3.2.5 Zusammenfassung der Ergebnisse zu <i>phatic communion</i> , Metakommunikation und Smalltalk-Fragen	40
3.3. Flirt	41
3.3.1 Was ist Flirten?	41
3.3.2 Unterschied Flirt zum SpeedDating	44

3.4	Courtship	45
3.4.1	Definition Courtshipkommunikation	47
3.4.2	Strategien in der Selbstdarstellung	49
3.4.3	Schlüsselwörter in der Selbstdarstellung	51
3.4.4	Weitere Strategien in der Selbstdarstellung	54
3.4.5	Zusammenfassung Courtshipkommunikation	61
3.5	Bipolare Alternativfragen	62
3.5.1	Kontext der bipolaren Alternativfragen	66
3.5.2	„Pizza oder Nudeln“	67
3.5.3	„Weiter im Text“	70
3.5.4	Funktion der bipolaren Alternativfragen	72
3.5.5	Analyseergebnisse zur bipolaren Alternativfrage	74
3.6	Routinisierung	75
3.7	Die SpeedDating-Klingel	78
3.7.1	Der Einfluss der Institution auf das SpeedDating-Gespräch	79
3.7.2	<i>Institution talked into being</i>	82
3.8	Online-Daten und Partnerwahl in der soziologischen Betrachtung	84
3.8.1	Vergleich: SpeedDating und Online-Dating	84
3.8.2	Partnerwahl im 20. und 21. Jahrhundert	86
3.9	SpeedDating in der Werbung	89
4.	Fazit	90
4.1	Fazit der gesprächsanalytischen Gattungsanalyse	90
4.2	Ausblick bzw. „Weiter im Text“	93

5. Anhang SpeedDating-Plakat	94
6. Transkriptionskonventionen	94
7. Quellenangaben	96
7.1 Literatur	96
7.2 Internetadressen	100

1. Einleitung

„Weiter im Text“¹

01 Ti: <<all> [GRÜß dich.]=
02 Ta: [↓`JA.]
03 Ti: [TIImo.]>
04 Ta: [und WEI]ter [im] text.
05 Ti: [HI.]
06 Ta: TAnja.
07 HI. (-)
08 Ti: WEiter im text? (-)
09 Ta: ja; (-)
10 HALT;
11 (1.0)

„und WEIter im text.“ – mit dieser idiomatischen Redewendung² „begrüßt“ Tanja Timo zum „SpeedDate“, ihrem Gespräch, das sie im Rahmen einer SpeedDating-Veranstaltung (kurz SpeedDating) für fünf Minuten miteinander halten dürfen, um hinterher darüber zu entscheiden, ob sie sich wieder treffen wollen oder nicht.

Was genau passiert hier? Durch Tanjas Verwendung der Routineformel „weiter im Text“, die durch das „und“ eine Verknüpfung zum vorangegangenen Geschehen darstellt, signalisiert sie die Wiederaufnahme einer Handlung. Nach einer ausgebliebenen Erläuterung des „und WEIter im text.“ von Tanja (Z. 9-11), greift Timo nach einer kurzen Pause das „WEIter im Text“ auf und gibt es folgendermaßen zurück:

12 Ti: JA.
13 weiter im TEXT,
14 PIZza oder `PASTa,
15 bIEr oder `WEIN.
16 (1.2)
17 Ta: HÄ? ((lacht für ca. 1 Sek. laut auf))
18 Ti: [((lacht für ca. 1 Sek.))]
19 Ta: [((lacht für ca. 1 Sek.))] alles KLAR.
20 Ti: sind doch so STANdardfragen für sO=n; (---)
21 Ta: Ä:H.
22 ↑PASTa,
23 und ↓WEIN.
24 Ti: JA.
25 nicht SCHLECHT.

¹ Die Namen der Teilnehmer/-innen sind in den Transkripten anonymisiert worden.

² Unter einer idiomatischen Redewendung verstehe ich eine verfestigte Verbindung von zwei oder mehr Wörtern, die Merkmale der Idiomatizität aufweisen. Zu idiomatischen Redewendungen und Phraseologismen vgl. Burger (2002: 392).

Timo steigt also auf Tanjas Routineformel „WEIter im Text“ ein und produziert seinerseits „STANdardfragen“ (Z. 20) als „weiteren Text“ des SpeedDatings.

In ihrem sechsten SpeedDatinggespräch scheinen Tanja und Timo offenbar das SpeedDating erstens als eine gewisse Routine zu empfinden („WEIter im text“) und zweitens auf für das SpeedDating spezifische kommunikative Muster („STANdardfragen“) zurückgreifen zu können. Sie bewerten und kontextualisieren also beide metakommunikativ ihr SpeedDate als ein Ereignis in einer Kette von sich ähnelnden Ereignissen, in einem sich wiederholenden, fließbandartigen und standardisierten Prozess.³

Sind sprachliche Routineformeln und standardisierte Fragen typische kommunikative und damit konstitutive Merkmale für das SpeedDating und können sie als Anzeichen interpretiert werden, dass es sich beim SpeedDating um eine eigene kommunikative Gattung handelt? Dieser Frage soll in der vorliegenden Arbeit nachgegangen werden. Mit Hilfe der Gattungsanalyse untersuche ich anhand empirischer Daten, wie SpeedDating-Gespräche interaktiv von den Teilnehmer/-innen erzeugt werden.

In Kapitel 2 der Arbeit wird das Format *SpeedDating* als solches näher beschrieben und die Organisation und der Ablauf des von mir organisierten SpeedDatings skizziert. Im Anschluss werden die Methoden der Datenerhebung und der Analysen vorgestellt. Hier werden hauptsächlich die Methoden der Gattungsanalyse nach Susanne Günthner (1994/1995/2000) im Mittelpunkt stehen.

Auf die Audiodaten SpeedDatings wird in Kapitel 3 eingegangen, die mittels der ethnomethodologischen Conversation Analysis in Hinblick auf verfestigte Elemente in den SpeedDating-Gesprächen untersucht werden.

Um die Frage zu klären, inwiefern das SpeedDating eine eigene Gattung ist, werden die kommunikativen Verfahren beim SpeedDating mit denen anderer Gattungen verglichen, zu denen sie Ähnlichkeiten aufweisen, wie beispielsweise mit der des Bewerbungsgesprächs und der Courtshipkommunikation (Erstkontakt-kommunikation).⁴

³ Eine detaillierte Analyse dieser von Timo produzierten „Standardfragen“ befindet sich in Kapitel 3.2.4 dieser Arbeit.

⁴ Vgl. auch das **DFG**-geförderte Projekt zur „Courtshiprhetorik. Sprachliche Strategien der Partnerwerbung“ (gefördert 2000-2004; Ergebnisbericht im Druck) der Eberhard-Karls-Universität Tübingen unter Prof. Dr. Joachim Knape.

Als sehr nützlich hat sich die Analyse institutioneller Merkmale in Gesprächen nach John Heritage (2004) erwiesen, der im Sinne der CA Institutionsanalyse rechtfertigt. Nach Heritage prüfe ich den Einfluss der Institutionalität auf die SpeedDating-Interaktion sowie die Verwendung von Strategien in Gesprächen (Heritage 1990/91).

Unter soziologischen Gesichtspunkten ist sicherlich die Frage interessant, wie SpeedDating als Form der Partnerschaftssuche in unserer Gesellschaft verankert ist. Im Rahmen der Arbeit kann allerdings nur ein kurzer Blick auf die soziologische Literatur zur Partnerwahl (z.B. Andreas Timm 2004)“ und der „Ökonomisierung der Romantik“ (Eva Illouz 2006) geworfen werden.

In Teil 4 werde ich zum Konzept der kommunikativen Gattungen zurückkehren, meine Ergebnisse zusammenfassen und eine Definition des SpeedDatings im Sinne der Gattungsanalyse formulieren.

2. Vorstellung des SpeedDating und der methodischen Grundlagen

2.1 Das Veranstaltungsformat „SpeedDating“

Heutzutage gibt es vermehrt (zumeist kostenpflichtige) Datingbörsen, deren Dienste in Anspruch genommen werden, um eine geeignete Partnerin/ einen geeigneten Partner zu finden (vgl. Ries 2007: 21). Was genau zeichnet das SpeedDating aus?

Beim SpeedDating handelt es sich um eine institutionell organisierte und reglementierte Form des Datens, bzw. des Kennenlernens mehrerer potenzieller Partner/-innen. Das Format kommt aus den USA und existiert seit 1999. Seit einigen Jahren wird es von organisierten Partnervermittlungen oder auch Kneipen, Cafés und Bars in Deutschland betrieben – vor allen Dingen in den Großstädten ist SpeedDating eine Form der Partnersuche, die immer populärer wird. Wer macht bei SpeedDatings mit?

Oft gibt es gewisse Einschränkungen, wie z.B. das Alter, ansonsten können aber alle, die auf der Partnersuche sind (oder auch nur Lust haben, neue Leute kennen

zu lernen), daran teilnehmen. Traditionell ist es ein SpeedDating zwischen Frauen und Männern.

Der Ablauf erfolgt immer ähnlich: Eine gleich große Anzahl von Frauen und Männern werden von einer Partnersuchorganisation zu einem Termin zusammengeführt, um sich in zeitbegrenzten Zweiergesprächen zu konstanten Rahmenbedingungen wechselseitig kennen lernen zu können. Der Zweck der Veranstaltung ist für die Teilnehmenden, potenzielle Partner zu treffen und mit diesen dann nächste Dates zu haben. Dies wird häufig durch ein Ankreuzverfahren geregelt, bei dem die Teilnehmenden eine Karte bekommen, auf der alle Namen der Personen, mit denen sie „speeddaten“, verzeichnet sind und auf denen sie nach den jeweiligen Gesprächen ankreuzen können, wen sie wieder treffen möchten und wen nicht. Nur wenn es bei zwei Teilnehmenden eine Übereinstimmung gibt,⁵ werden diesen beiden Teilnehmern die Kontaktdaten des jeweils anderen übermittelt. Der Vorteil des SpeedDatings liegt darin, dass man mehrere Dates an einem Abend hat, so viele Personen, wie man möchte, ankreuzen darf und damit auch größere Chancen auf weitere Dates hat. Bei einem auf diese Weise zustande gekommenen nächsten Treffen besteht zudem die Gewissheit, dass der Wunsch nach dem Date auf Gegenseitigkeit beruht.

Die SpeedDating-Organisationen geben auf ihren Webseiten gute Gründe für das SpeedDating an:⁶ Mehr Chancen auf Erfolg durch das Treffen vieler Partnersuchender in kurzer Zeit, Schutz durch Anonymisierung der Namen⁷ und Verlass auf die Institution in puncto Organisation. Allerdings ist es auch ein kostenpflichtiges Verfahren und garantiert selbstverständlich nicht den Erfolg.

Mittlerweile gibt es als Variationen des SpeedDatings⁸ auch „SpeedHatings“, in denen die Teilnehmenden ein paar Minuten Zeit haben, sich gegenseitig Dinge zu

⁵ Gemeint ist hier die Übereinstimmung in positiver Hinsicht, wenn beide SpeedDating-Teilnehmende sich gegenseitig wiedersehen wollen und nicht in negativer Hinsicht, wenn sich beide nicht wiedersehen wollen. Wenn nur eine/r von beiden den jeweils anderen wieder sehen wollte, wurden keine Kontaktdaten ausgetauscht.

⁶ Siehe auch die Webseite des größten deutschen SpeedDating-Anbieters: www.speeddating.de.

⁷ Auch bei dem vorliegenden SpeedDating wurde den Teilnehmer/-innen angeboten, Spitznamen anzunehmen. Dieses Angebot wurde jedoch von keinem angenommen.

⁸ Eine Übersicht über die verschiedenen Agenturen gibt es über <http://www.singleboersenvergleich.de/blinddate.htm>. Teilweise werden für das SpeedDating andere Namen für die gleiche Art von Veranstaltung verwendet. So werden z.B. „Blitzdaten“ oder auch „Fast-Dating“ als Synonyme für SpeedDating benutzt. Allerdings gibt es Unterschiede in der

erzählen, die einen ärgern, sich zu beleidigen oder gemeinsame Hass-Themen zu finden, um dann wie beim SpeedDating einen Platz weiter zu rücken und sich bei der nächsten Gesprächspartnerin/ beim nächsten Gesprächspartner Luft zu machen.⁹ Ebenso gibt es „Silent Datings“, in denen man sich nur nonverbal und per Zettel verständigen darf.¹⁰ Seit ein paar Jahren sind auch „SpeedMatchings“ in der Wirtschaft etabliert, in denen sich Leute aus verschiedenen Businessbereichen gegenüber sitzen und hinterher Visitenkarten austauschen.¹¹ Schon seit längerem gibt es auch das gegenseitige Bekanntmachen von Erfindern und Firmen in einer Art „SpeedDating“.¹²

Die Aktualität des SpeedDatings, also des Verfahrens der Partnersuche über eine SpeedDating-Organisation, zeigt sich auch dadurch, dass es mittlerweile einen deutschsprachigen Kinofilm über das SpeedDating („Shoppen“ von Ralf Westhoff von 2006) gibt und dass es sogar in dem aktuellen Werbespot zum „Kinderriegel“ eingesetzt wird:

„Kinderriegel“¹³

```

01      ((SpeedDatingklingel))
02      Mod:  meine DAMen,
03      PLATZwechsel bItte, ((Milch geht zum Tisch der
           Schokolade und setzt sich))
04      M:    HALlo;
05      Sch:  HI.
06      bist du komplIZIERT?
07      M:    NEIN.
08      SCH:  mh (.) `geNUSSmensch oder `HEKtiker;
09      M:    ↑ah (.) `geNUSS.
10      SCH:  vollende bitte diesen SATZ.
11      ich habe eine SCHWÄCHE fü:r, (-)((Musik ertönt))

```

Beschränkung der Teilnehmerzahlen oder auch -konstellationen. Ebenso kann auch die (Rede-)Zeit im Umfang variiert werden. Auch gibt es bei einigen keine Ankreuzzettel: Die Teilnehmer/innen können sich hinterher eigenständig mit denen treffen, die ihnen am besten gefallen haben. Dies hat natürlich Auswirkungen auf die Gespräche des SpeedDatings. Aus organisatorischen Gründen muss hier aber auf eine vergleichende Analyse verzichtet werden.

⁹ Vgl. Dana-Brueller (2008).

¹⁰ Vgl. Blind Date Dinner unter <http://www.blind-date-dinner.de/modules.php?op=modload&name=Content&file=kat&secid=1213>.

¹¹ Vgl. local global business medien (2008).

¹² Siehe auch „first tuesday“ unter <http://www.firsttuesday.de/>, „digital people“ unter <http://www.digitalpeople.net/> und das „i2b Portal“ http://www.ft-bremen.de/index.php?rubrik=131&session_id=ABznEf34a1xPvwOpGHEA7dm5bCUebXTU&log_id=8923966.

¹³ Der Werbespot ist im Internet abrufbar unter: <http://www.kinderriegel.de/site/index2.html> und wird seit Anfang des Sommers 2008 im Fernsehen ausgestrahlt. Da das SpeedDating, das ich veranstaltet habe, vor der ersten Ausstrahlung des Spots stattgefunden hat, können meine Teilnehmer/-innen ihn noch nicht kennen.

12 M: <<geflüstert> schokoLAdE;>
13 ((sie springen auf und küssen sich))

Es lohnt sich ein näherer Blick in den Werbespot, der immerhin nur ein paar Sekunden braucht, um dem Rezipienten den Eindruck zu vermitteln, dass es sich auch beim Zusammentreffen von Schokolade und Milch um ein SpeedDating handelt.

Abgesehen von den visuellen Hinweisen im Setting (einzelner Zweiertisch, spezifische SpeedDating-Ankreuzkärtchen, die Nummerierung der Tische und der Zeit in Form einer Uhr im Blickfeld) werden auch im transkribierten Dialog des Werbespots einige für das SpeedDating charakteristische kommunikative Verfahren deutlich, wie beispielsweise viele Frage-Antwort-Sequenzen, die hintereinander gestaffelt stattfinden. Vor allen Dingen erscheint hier ein Frageformat (Z. 8), das typisch für das SpeedDating zu sein scheint, da es auch in meinen Daten mehrmals auftaucht. So erfolgt eine ähnliche Frage beispielsweise im Anfangsausschnitt „Weiter im Text“ als die „Standardfrage“ (Z. 14-15, bzw. 20). Ich werde im Zuge meiner Analyse später auf dieses Frageformat eingehen.

2.2 Organisation des SpeedDatings

Was beim Kinderriegel-Werbespot nur 20 Sekunden dauert und zu einem romantischen Happy-End führt, hat im März 2008 auch im Café Wolters II in Münster stattgefunden: Ein SpeedDating.

Im Unterschied zum Werbespot, bei dem es natürlich darum geht, dass Milch und Schokolade sich im Rahmen eines SpeedDatings am Ende zu einem „einzigartigen Geschmackserlebnis“ – dem „Kinderriegel“ – miteinander verbinden und dafür so wenig Werbezeit wie möglich in Anspruch nehmen dürfen (ca. eine halbe Minute insgesamt für den kompletten Werbespot), hatten die Teilnehmer/-innen des SpeedDatings in Münster jeweils fünf Minuten für sieben Dates Zeit. Im Gegensatz zum Werbespot gab es auch keine stürmischen Küsse in der Mitte oder am Ende der Dates, dafür aber immerhin sechs Matchings, also sechs weitere Dates, die aufgrund von beiderseitiger Übereinstimmung der Dating-Teilnehmer/-innen weiter vermittelt werden konnten. Natürlich gibt es auch weitere Unterschiede zwischen dem Werbespot, der ein SpeedDating fiktional erzeugt und das Ziel verfolgt, den Kinderriegel als Produkt anzupreisen, und dem SpeedDating in der realen Welt, das

Menschen institutionell bei der Partnersuche hilft. Dementsprechend lassen sich natürlich viele Unterschiede zwischen dem Kommunikationsverhalten in meinen Daten und dem Werbespot aufweisen.

Für die Qualität der Aufnahmen war mir wichtig, dass die Teilnehmer/-innen sich für ein „normales SpeedDating“ anmelden, dass sie also im Vorfeld der Anmeldung nichts von dem wissenschaftlichen Projekt wissen, damit es sich um eine möglichst authentische Partizipation handelte.

Ebenso war es für die Authentizität der Veranstaltung notwendig, das SpeedDating in einem institutionellen Rahmen stattfinden zu lassen, damit es auch die Wirkung einer offiziellen Partnervermittlung und nicht den Charakter einer Privatveranstaltung hat. Aus dem gleichen Grund habe ich das SpeedDating auch öffentlich in Form von Plakaten, Anzeigen in Lokalzeitungen¹⁴ und Zeitschriften¹⁵ und Flyern beworben, die ich fünf Wochen vor der Veranstaltung mit einem Designer konzipiert hatte. Drei Wochen vor der Veranstaltung wurden die Plakate aufgehängt und die Flyer verteilt, damit man sich zeitnah anmelden konnte.¹⁶ Auf den Plakaten und Flyern war jeweils unten eine Emailadresse angegeben: „SpeedDating_Muenster@web.de“, die ich zuvor eingerichtet hatte und unter der sich die Teilnehmer/-innen melden konnten. Nach der Anmeldung erfolgte von mir eine Bestätigungsemail, in denen ich die Verwendung von Aufnahmegegeräten angekündigt und um Verständnis dafür gebeten habe. Ebenso habe ich in der Email den Ablauf des Abends mitgeteilt.

Am Abend selber fand die Begrüßung der Teilnehmenden mit einem Sektempfang statt,¹⁷ worauf noch einmal ein kurzes Briefing über den Ablauf des SpeedDatings durch mich als Moderatorin erfolgte. Mit Hilfe von einer Assistentin sind an die Teilnehmenden Namensschilder ausgeteilt worden, die sie sich an ihren Pullover kleben konnten, sowie jeweils einen Stift und eine Karte mit allen Namen ihrer Dates. Auf die Karten konnten sie hinter den Namen Kreuze setzen und damit

¹⁴ Lokalzeitungen waren die WN und die MZ.

¹⁵ Zeitschriften waren beispielsweise die „Nanu“ und die „Ultimo“.

¹⁶ Das Plakat befindet sich im Anhang.

¹⁷ Aufgrund von zwei kurzfristigen Absagen sind noch zwei Männer als Joker eingesprungen, die ich im Vorfeld gebeten hatte, auf Verdacht, dass eventuell Teilnehmer spontan absagen, zu kommen. Diese beiden Teilnehmer hatten sich ebenfalls zuvor regulär zum SpeedDating angemeldet.

erkenntlich machen, wen sie wiedertreffen wollen und wen nicht.¹⁸ Die Kreuze wurden zwischen den Gesprächen und am Ende der Veranstaltung vor dem Gegenüber versteckt gesetzt.

Danach sind ihnen ihre Startpositionen zugewiesen worden, und auf das Klingelzeichen hin begannen die jeweils sieben Dates jedes Teilnehmenden. Während die Männer nach jedem Date einen Tisch zur nächsten Frau weiter rücken mussten, durften die Frauen an ihrem Tisch sitzen bleiben. Die Gespräche dauerten alle etwa fünf Minuten, worauf nach jedem Gespräch ca. eine Minute Zeit blieb, auf einem Zettel anzukreuzen, wen man wieder treffen wollte und wen nicht.

Nach vier Runden erfolgte eine Pause von ca. sieben Minuten, in der sich die Teilnehmenden noch etwas zu trinken nachbestellen konnten und ich bei einigen Aufnahmegeräten die Kassette umdrehen konnte.¹⁹ Nach Abschluss der jeweils sieben Dates wurden die Kärtchen mit den Kreuzen von mir eingesammelt, am nächsten Tag ausgewertet und den Teilnehmenden die Kontaktdaten des jeweilig anderen zugeschickt, wenn sich zwei Personen gegenseitig angekreuzt hatten. Es gab insgesamt sechs positive Übereinstimmungen.

Das Resümee des Abends war sehr positiv: Alle Teilnehmer/-innen haben sich wohl gefühlt und haben versichert, dass sie Interesse hätten, bei einem weiteren SpeedDating mitzumachen.

2.3 Datenmaterial

Im Vorfeld wurde kurz über Videoaufnahmen nachgedacht, um auch die Körpersprache und Mimik der Teilnehmenden mit aufzuzeichnen. Doch da dies dazu geführt hätte, dass eine bzw. mehrere Kamera(s) im Blickfeld der Teilnehmenden hätte(n) positioniert werden müssen, hätte es die Situation u.U. sehr verfälscht. Deswegen habe ich darauf verzichtet.²⁰ Ebenso hätte es eventuell mehr Widerstand

¹⁸ Man durfte beliebig viele Kreuze setzen. Wenn man wollte, konnte man auch alle oder auch keinen ankreuzen. Sowohl das eine wie auch das andere Extrem ist bei meinem SpeedDating erfolgt.

¹⁹ Es waren drei Kassettenrekorder und vier digitale Aufnahmegerät im Einsatz. Nach Aussage der Teilnehmer/-innen fühlten sie sich nicht durch die Aufnahmegeräte gestört.

²⁰ Auch bei der Datenerhebung mit Audioaufnahmegeräten ist zwar das „Beobachter-Paradoxon“ (Labov 1971: 135) nicht auszuschließen, aufgrund der Schnelligkeit der Gespräche und der Konzentration auf das Gegenüber halte ich es allerdings für eher unwahrscheinlich, dass es eine relevante Rolle spielt. Zudem habe ich aus den Daten keinen

bzw. Besorgnis der Teilnehmenden bezüglich ihrer Anonymität gegeben. Zudem wären Kameraaufnahmen unter organisatorischen und anschließend analytischen Gesichtspunkten weit aufwändiger gewesen, als es im Rahmen dieser Arbeit zu leisten möglich war. Der Schwerpunkt dieser linguistischen Untersuchung liegt auf gesprochenen Daten, die ich als ausreichend für eine Gattungsanalyse und Untersuchung kommunikativer Verfahren halte. Daher habe ich mich für Tonaufnahmen entschieden, nach denen ich Transkripte, in einigen Fällen sogar Feintranskripte erstellt habe.²¹

Zusätzlich zu den Aufnahmen führte ich stichprobenhaft noch ein Interview mit einem der Teilnehmer durch, um seine Interpretation des Geschehens mit in die Analyse einfließen zu lassen. Durch seine Antworten werden einige Punkte deutlicher. Teilnehmer/-innen waren sowohl Studierende wie auch Berufstätige. Das SpeedDating war durch Alterbegrenzung eingeschränkt: 21-35 Jahre. Die Teilnehmer/-innen hatten ein Alter von 22-32 Jahren.

Für eine gute Aufnahmequalität wurden die Aufnahmegeräte auf den SpeedDating-Tischen platziert, wobei jeweils ein Aufnahmegerät auf einem Tisch lag. Durch das Rotationsprinzip der Teilnehmenden sind somit insgesamt 49 SpeedDating-Gespräche aufgezeichnet worden, die jeweils eine Dauer von ca. fünf Minuten aufweisen. Da die Tonbandgeräte in den kurzen Pausen zwischen den fünf Minuten – die Teilnehmenden bekamen ca. eine Minute Zeit, um auf ihrem Zettel anzukreuzen, wen sie wieder treffen wollen, und damit die Männer einen Platz weiterrücken konnten – nicht abgeschaltet worden sind, wurden die Zwischengespräche auch aufgezeichnet. In diesen Zwischensequenzen wird deutlich, dass die Teilnehmenden sich nicht nur nach der Klingel orientieren sondern schon vorher miteinander interagieren. Beispielsweise begrüßen sie sich, wie im Gesprächsausschnitt „Kunst kommt von Können“ sehen ist.

In den Gesprächen sind auch die Klingelzeichen mit verzeichnet (als „SpeedDating-Klingel“ <<ping>>), die den jeweiligen Anfang und das jeweilige Ende des Gesprächs einläuten sollten – die Klingel ist jedoch, wie gesagt, keineswegs Anfangs- und Endpunkt der Interaktion der Teilnehmer/-innen.

Hinweis entnehmen können, dass sich die Teilnehmende der Aufnahme-Situation bewusst waren, beispielsweise indem sie es thematisierten.

²¹ Bei der Transkription habe ich mich an den GAT-Konventionen (vgl. Margret Selting et al. 1998: 91-122) orientiert.

2.4 Methodische Grundlagen

2.4.1 Das Konzept der kommunikativen Gattungen

Diese Arbeit sucht unter Verwendung von empirischen Daten nach kommunikativen Verfahren beim SpeedDating und bezieht sich methodologisch auf das Konzept der Gattungsanalyse nach Susanne Günthner (1994/1995/2000), Thomas Luckman (1986) und Hubert Knoblauch (1995).

Das Konzept der kommunikativen Gattungen fußt auf den Arbeiten der Kultursemiotiker Valentin N. Vološinov und Mikhail M. Bachtin. Nach Vološinov (1929: 75) und Bachtin (1979: 86) hängen Sprache und soziale Realität eng miteinander zusammen, da Sprache in der jeweils aktuellen, sozialen Interaktion Verwendung findet und durch die situationsabhängige Wahl an Redegattungen gesteuert wird.

Gattungen sind das Bindeglied zwischen Sprache und Gesellschaft (Bachtin 1986: 78f.). Sprechen findet eigentlich nur in der Wahl von Redegattungen statt, die sich wiederum an sozialen Situationen orientieren. Redegattungen sind keine strukturell starren Gebilde, sondern interaktiv und situationsangemessen von den Sprechern erzeugte Muster, an denen sich die Sprecher wiederum orientieren. Redegattungen strukturieren die Rede.

Nach Luckmann (1986) sind kommunikative Gattungen „historisch und kulturell spezifische, gesellschaftlich verfestigte und formalisierte Lösungen kommunikativer Probleme [...], deren von Gattung zu Gattung unterschiedlich ausgeprägte Funktion in der Bewältigung, Vermittlung und Tradierung intersubjektiver Erfahrungen der Lebenswelt besteht“ (Luckmann 1986: 256). Er unterscheidet in seiner Gattungsanalyse zwei strukturelle Ebenen: Die Binnenstruktur und die Außenstruktur. Die Binnenstruktur umfasst alle verbalen, non-verbalen und inhaltlichen Elemente, die sich in der Gesprächssituation als verfestigtes Inventar erweisen können, wie z.B. Wahl einer spezifischen Varietät, Mimik, Gestik, lexiko-semantiche, morpho-syntaktische Elemente, die Wahl stilistischer und rhetorischer Figuren, die Verwendung verfestigter „Kleinstformen“ oder Gliederungsstrukturen oder auch Interaktionsmodalität (ernst, spielerisch, hypothetisch, etc...). Als Außenstruktur bezeichnet Luckmann das soziale Umfeld, in der die Kommunikation stattfindet. Hier geht der Blick weiter auf die gesellschaftlichen Kontextbedingungen,

wie die Gattungen mit dem Umfeld und sozialen Milieu zusammenhängen, in dem sich die Gesprächsteilnehmer befinden. Es spielen beispielsweise Alter, Geschlecht, Ideologien oder institutionelle Einbindung eine Rolle. Man nimmt an, dass sich kommunikative Handlungen der Interaktanten durch jeweils unterschiedliche kulturelle Konventionen ableiten lassen und dass sie von der Sozialstruktur und institutionellem Kontext geprägt werden.

Als dritte Ebene fügen Günthner/Knoblach die „situative Realisierungsebene“ (Günthner/Knoblach 1994) oder auch „Interaktionsebene“ (Günthner 2000: 16) hinzu. Hier geht es um „jene Phänomene, die den interaktiven Kontext des dialogischen Austauschs zwischen mehreren Interagierenden und die Sequentialität von Äußerungen betreffen“ (Günthner/Knoblach 1994). Hierzu zählen Äußerungsformate (*production format*), Sequenzen, Präferenzstrukturen, Redewechsel (*turn taking*), Themenführung, oder auch Teilnehmerstatus, in welcher Beziehung die Kommunikationspartner zueinander und zu den in ihrem Gespräch genannten Personen stehen.

Das Gattungskonzept zeigt, dass kommunikative Gattungen eine Entlastungsfunktion darstellen, da durch sie die Synchronisation und Koordination im Gespräch erleichtert wird (Günthner 1995: 197). Gattungen werden dabei von den Interagierenden interaktiv und dialogisch im Interaktionsprozess erzeugt (Günthner 2000: 19). Indem die Gesprächsteilnehmer/-innen in sich wiederholenden kommunikativen Handlungen (Günthner/Knoblach 1994: 700) auf gewohnte Muster zurückgreifen können, besitzen sie in der Interaktion einen Orientierungsrahmen. Somit stellt die Gattungsanalyse eine gute Methode dar, um die Komplexität und die zunehmende Routinisierung und damit Verfestigung der SpeedDatinggespräche aufzuzeigen.²²

Unter Verfestigung werden einerseits die Erwartbarkeit einer kommunikativen Handlung aufgrund einer vorherigen Handlung auf einer horizontalen Ebene der Kommunikation (vgl. Knoblach 1995: 166), andererseits die Auszeichnung und

²² Da die Gattungsanalyse aus der anthropologischen Linguistik und Wissenssoziologie (Günthner 1995: 214), Phänomenologie und Ethnomethodologie entwickelt worden ist, werden oftmals soziologische Methoden zur Datenanalyse herangezogen oder auch aus den Daten gewonnen. Die über die Daten mittels deskriptiver Beschreibung der CA gewonnenen

Formalisierung einer Handlung durch „das Auftreten einer Reihe von Merkmalen“ auf einer vertikalen Ebene verstanden (Knoblauch 1995: 166).

Obwohl Gattungen interaktiv von den Interagierenden aufgestellt werden – *talked into being* (vgl. Garfinkel 1967) – sagt Knoblauch, dass kommunikative Muster mit feststehenden situativen Merkmalen verbunden und sogar durch sie vorgegeben sein können (vgl. Knoblauch 1995: 176). Im Sinne der Außenstruktur „lassen sich der Zweck (vom Standpunkt der Teilnehmer) und der Schauplatz (setting) unter dem Begriff „Szene“ oder „situativer Kontext“ zusammenfassen“ (Knoblauch 1995: 176).²³

Das SpeedDating findet in einem fest strukturierten, institutionellen Rahmen statt und ist zeitlich und räumlich begrenzt. Da es somit vom setting her eine „soziale Veranstaltung“ (vgl. dazu Knoblauch 1995: 177) mit dem Hintergrund einer institutionell organisierten Form der Partnersuche darstellt, ist es sinnvoll, dies in die Analyse der SpeedDating-Daten mit einzubeziehen. Ebenso liegt es nahe, da im Sinne der Gattungsanalyse die Elemente der Außenstruktur einer institutionellen Konzeption unterliegen,²⁴ dass es beim SpeedDating auch in der Binnenstruktur und in der interaktiven Realisierungsebene verfestigte kommunikative Muster gibt, die mit der institutionellen Organisation der Veranstaltung zusammenhängen.²⁵

Nach Verfestigungen dieser Art werden die SpeedDating-Gespräche überprüft, ohne sie allerdings den Ebenen der Gattungsanalyse explizit zuzuordnen. In dieser Arbeit

Aussagen werden mit der sozialen Situation in einen größeren Kontext eingebunden, in der sich die Interaktanten befinden (vgl. Knoblauch 1995).

²³ Vgl. hierzu auch Geissner (1981: 65 f.), der die Sprechsituation in „objektive“ und „subjektive Situationsfaktoren“ unterteilt (Geissner 1981: 66), wobei „subjektiv“ auch immer „intersubjektive Beziehungen“ (Geissner 1981: 69) und „Sozialsituationen“ (Geissner 1981:70) mit einschließt. Demzufolge gibt es nach Geissner kein „situationsloses Sprechen“ (Geissner 1981: 76).

²⁴ Elemente der Außenstruktur des SpeedDatings wären z.B. im Vorfeld: Organisation der Veranstaltung und organisierter Ablauf der Anmeldung. Die Veranstaltung ist nicht privat sondern öffentlich und öffentlich beworben. Es handelt sich um eine geschlossene Veranstaltung, etc... Für die Gattungsanalyse ist dementsprechend Folgendes interessant: Da die verfestigten Elemente einer kommunikativen Gattung Rückschlüsse auf soziale Probleme geben, sind die Merkmale des SpeedDatings Hinweise auf gesellschaftliche Probleme, die richtige Partnerin/den richtigen Partner für sich zu finden. Siehe auch Kapitel 3.8.

²⁵ Vgl. auch zu dem Punkt, dass sich soziale und institutionelle Ordnungen in den Gesprächen abbilden und auch hervorgebracht werden, Heritage (2004: 222/223). In der Interaktion wird der institutionelle Kontext von den Interaktanten sich gegenseitig angezeigt und gemanagt.

geht es hauptsächlich darum, kommunikative Muster im Sinne Luckmanns zu finden, an denen sich die Teilnehmer/-innen orientieren, und die Hinweise dafür liefern, inwiefern man das SpeedDating als eigene Gattung klassifizieren kann. Ebenso wird es um die Frage gehen, für welche sprachlichen Probleme das SpeedDatinggespräch ein verfestigtes Muster formalisierter Lösungen darstellt.²⁶

2.4.2 Die ethnomethodologische Conversation Analysis

Für die sprachwissenschaftliche Auswertung der Gesprächsdaten nimmt die Gattungsanalyse sowohl die ethnomethodologische Conversation Analysis (CA)²⁷ als Grundlage als auch soziokulturelle Analysen zur Hilfe.

Die CA geht gemäß ihrem ethnomethodologischen Hintergrund davon aus, dass Gesprächsteilnehmer/-innen „mittels formaler Prinzipien und Mechanismen“ (Bergmann 1995: 213) ihre Interaktion lokal produzieren, sinnhaft strukturieren und ordnen. Die Interaktanten setzen dazu bestimmte, lokal organisierte Verfahren ein, um den „Kontext ihres Handelns zu analysieren, die Äußerungen ihrer Handlungspartner zu interpretieren und die Verständlichkeit, Adäquanz und Effizienz ihrer eigenen Äußerungen zu produzieren“ (Bergmann 1995: 214).

Folgende drei Prämissen liegen nach John Heritage (2004) der Gesprächsorganisation in Hinblick auf die CA zugrunde: „Talk-construction“ ist erstens „context-shaped“ (Heritage 2004: 223) – das Gespräch/ die Rede bezieht sich in der Konstruktion des Textes auf einen Kontext/ ein vorhergehendes Gespräch/ eine vorhergehende Handlung, welche die nachfolgende Handlung projiziert haben („*recipient design*“, vgl. Bergmann 1995: 216). Zweitens wird das Gespräch kooperativ produziert und der Kontext durch das Verstehen von vorhergehenden Gesprächshandlungen und Produktion einer geeigneten Nachfolgehandlung hergestellt (Heritage 2004: 224). Drittens zeigen die Interaktanten im Produzieren der nachfolgenden Rede ein Verstehen der vorausgehenden Rede und des Kontextes (vgl. Heritage 2004: 224).

²⁶ Im Rahmen dieser Arbeit wird es weniger darum gehen, die Verfestigungen hinsichtlich der drei Ebenen der Gattungsanalyse zu untersuchen, als vielmehr allgemein aufzuzeigen, inwiefern sie tatsächlich Verfestigungen darstellen und somit Hinweise liefern, dass es sich beim SpeedDating um eine eigene Gattung handelt.

²⁷ Im Deutschen auch Konversationsanalyse oder Gesprächsanalyse.

Somit bilden Projektion und Interpretation eine (Co-)Produktion der Rede und damit einen Kontext, der es ermöglicht, das Gespräch angemessen weiterzuführen. Durch diese Strukturierung und Ordnung, die sich die Gesprächsteilnehmer/-innen wechselseitig in der Interaktion anzeigen (vgl. Knoblauch 1995 86-87), lässt sich erschließen, welche Weiterführung der Rede als angemessen/ präferiert oder als markiert angesehen wird.²⁸ Dass dies funktioniert, zeigen die Teilnehmer/-innen, indem sie sich an diese Regeln halten und abweichendes Verhalten sanktionieren.²⁹ Tiefergehend lässt sich im Sinne der Forschungsrichtung der kommunikativen Gattungen anhand der Rezipientenreaktionen nachweisen, welche kommunikativen Probleme der Interaktion zugrunde liegen und wie sie von den Teilnehmenden gelöst werden.

Auf diese Weise begründet die CA, dass es sich bei diesen Handlungsschritten, der Struktur, des Kontextmanagements und der Produktion des Gesprächs um ein allgemein geteiltes Wissen in der Gesellschaft handelt (Heritage 2004: 224).

Um die SpeedDatinggespräche im Hinblick auf die Gattungsanalyse zu untersuchen, werde ich methodisch nach der CA vorgehen. Dabei orientiere ich mich an Bergmanns sechsschrittiger Beschreibung der methodischen Vorgehensart in der CA (vgl. Bergmann 1995: 217):

Aus den Transkripten werde ich Objekte als präsumtive Elemente der Ordnung isolieren und gegebenenfalls eine Kollektion aufstellen, in der die Elemente in ähnlicher Weise oder auch als funktional gleichartige Phänomene erscheinen. Diese Elemente werden von mir als Bestandteil der Gesprächsordnung der Interagierenden interpretiert, die als „Resultat der methodischen Lösung eines strukturellen Problems der sozialen Organisation von Interaktion zu verstehen“ ist (Bergmann 1995: 217).

Für die Analyse der Gesprächsausschnitte werde ich vor allen Dingen sequenzanalytisch das Auftreten von Paarsequenzen (*adjacency pairs*) und die Präferenzorganisation von Paarsequenzen untersuchen und Nachfolgeäußerungen

²⁸ Zur Präferenzorganisation vgl. Stephen C. Levinson (2000: 361 f.).

²⁹ So lassen sich auch in der Gattungsanalyse gattungsspezifische Normen an den Erwartungsbrüchen belegen, indem man untersucht, wo Sanktionen oder Reparaturprozeduren erfolgen oder Sequenzen, in denen ein korrekativer Austausch stattfindet.

der Interaktionsteilnehmer/-innen als „Validierungsressource“ (Bergmann 1995: 218) verwenden.

2.4.3 *Accountability*

Einen besonderen Schwerpunkt lege ich auf die *accountability*. Unter *accountability* werden im Allgemeinen Techniken und Verfahren verstanden, welche von den Interagierenden verwendet werden, um das, was sie machen, verstehbar zu machen (vgl. Bergmann 1995: 215).

Nach Kerstin Steiger (2006) werden unter *accounts* die Aussagen gezählt, die unangemessenes, abweichendes bzw. unklares Verhalten in der Interaktion erklären. Der Empfänger hat Erwartungen, die durch die Handlungen des Senders nicht erfüllt und dadurch erklärungsbedürftig werden. *Accounts* unterscheiden sich von Erklärungen, da bei diesen unangemessenes Verhalten nicht zur Debatte steht und die interaktive Nicht-Bearbeitung auch keine negative Auswirkung auf die Beziehung der Interagierenden hat. Ein *account* ist also ein sprachliches Mittel, das von den Interagierenden immer dann eingesetzt wird, wenn eine Handlung zur Bewertung und zu weiteren Nachfragen aufruft. Weiter gefasst manifestiert sich durch *accounts* auch immer die zugrundeliegende Identitätsaushandlung in Sprachgemeinschaften, da durch sie die Erwartungen an die Teilnehmer/-innen und deren Rollen in der Interaktion deutlich werden.

Heritage (1988: 127-144) interpretiert das Ausführen und das Ausbleiben von *accounts* als moralisches, normatives Anliegen und bezieht es insbesondere auf die Konzepte von *face* (nach Goffman). Er betont die Reparatur-Funktion von *accounts*, d.h. sie spielen eine Rolle, um die Grundpfeiler der sozialen Organisation aufrechtzuerhalten. Bei dieser Art von Reparatur geht es also nicht um lokale Ereignisse, sondern um grundlegende Aspekte der Interaktion. Die Teilnehmer/-innen einer sozialen Welt sind Handelnde, die andere als moralisch und sozial verantwortlich für ihre Handlungen ansehen.

Die Ratifikation bzw. die Honorierung eines *accounts* stellt das interaktive Gleichgewicht wieder her. Diese Mittel sind also ein wichtiges Element zur Herstellung von sozialer Ordnung, da *accounts* Konflikte verhindern, indem sie zwischen Handlungen und Erwartungen der Interagierenden vermitteln.

Ob ein *account* honoriert wird oder nicht, hängt von den zugrundeliegenden Erwartungen ab.

2.4.4 Das Konzept des *face-work*

Da in dieser Arbeit mit dem Begriff *face* oder *face-work* gearbeitet wird, gehe ich kurz auf den methodischen Hintergrund ein. Ich beziehe mich bei der Verwendung dieser Begriffe auf das *face-work*-Konzept von Goffman (1973). *Face*³⁰ wird von Goffman als der „positive soziale Wert“ bzw. ein Selbstbild „sozial anerkannter Eigenschaften“ bezeichnet, „den man für sich durch die Verhaltenstrategie erwirbt, von der die anderen annehmen, man verfolge sie in einer bestimmten Interaktion“ (Goffman 1973: 10). Dieses *face* wird in der Interaktion mit anderen wechselseitig bestätigt und konstruiert (vgl. Goffman 1973: 11) und der jeweiligen Situation angepasst. Verschiedene Situationen erfordern verschiedene Selbstbilder (vgl. Goffman 1973: 12). Nach Goffman verfügen die Interaktionsteilnehmer/-innen über verschiedene Strategien, in der Interaktion aufzutreten und sich darzustellen (vgl. Goffman 1973: 12): „Nimmt man seine Eigenschaften und die konventionalisierte Art der Begegnung als gegeben hin, dann stehen ihm (der Interaktant, Anm. E. F.) eine begrenzte Zahl von Verhaltens- und Darstellungsweisen zur Auswahl“ (Goffman 1973: 12). Allerdings wird immer angenommen, dass die Interaktionsteilnehmer/-innen ein großes Spektrum an anderen Eigenschaften besitzen abgesehen von denen, die sie aktuell in einer Interaktion darbieten (vgl. Goffman 1973:12). Die Handlungen, „die vorgenommen werden, um all das, was man tut, in Übereinstimmung mit seinem Image zu bringen“ (Goffman 1973: 18), nennt Goffman „Techniken“ des *face-work*. Sie dienen dazu, gesichtsbedrohenden Ereignissen entgegenzuarbeiten, wie beispielsweise der Einsatz phatischer Elemente, die nach John Laver, der auf Goffmans *face-work*-Konzept aufbaut, dann eingesetzt werden, wenn „*face (is) potentially at risk*“ ist (Laver 1981: 292). Im Laufe seines Lebens erwirbt sich der Mensch ein Repertoire an *face-work*-Techniken wie z.B. Techniken der Vermeidung (Goffman 1973: 21-24), Techniken des Ausgleichs (Goffman 1973: 24-30) oder des Engagements in der Interaktion

³⁰ *Face* wird in der deutschen Übersetzung von Goffman (1973) *Image* genannt, *face-work* wird als *Image-Pflege* bezeichnet. In dieser Arbeit wird allerdings *face* und *face-work*

(Goffman 1973: 124 f.). Ich nehme das *face-work*-Konzept als Grundlage, die Verhaltensweisen der Teilnehmer/-innen soziologisch zu erklären.

Einige Muster der Interagierenden werde ich als „Inszenieren“ bezeichnen. Mit „Inszenieren“ wird nach Reinhold Schmitt (2003: 188): „eine Form interaktiver Bedeutungskonstitution“ bezeichnet, die „von den Sprechern deutlich kontextualisiert wird. Inszenieren wird unter bestimmten Kontextbedingungen und lokal begrenzt zur Lösung spezifischer, zumeist klar erkennbarer interaktiver Anforderungen eingesetzt und verfügt über rekonstruierbare strukturelle Eigenschaften“ (Schmitt 2003: 188).

3. Rhetorisch-gesprächsanalytische Gattungsanalyse

Als Datengrundlage dieser Arbeit dienen die während des SpeedDating in Münster aufgenommenen Audiodateien. Aus den insgesamt 49 aufgenommenen Gesprächen habe ich 17 Gespräche für eine genauere Untersuchung ausgewählt,³¹ die als repräsentativ für dieses SpeedDating gesehen werden kann. Sie bieten zum einen Überblick über die Vielschichtigkeit der Gespräche, zum anderen einen Einblick in die Musterhaftigkeit der Gespräche, wie im Folgenden gezeigt wird.

Als methodisches Vorgehen für eine gattungsanalytische Betrachtung des SpeedDatings bietet sich die Untersuchung nach der ethnomethodologischen *Conversation Analysis* an. Nach jedem Transkriptausschnitt schließt sich eine kurze Analyse des Ausschnittes und der Sprechsituation SpeedDating an. Hierauf wird sie in den Kontext des Kapitels unter soziologischen oder gattungsanalytischen Betrachtungsweisen eingeordnet oder mit anderen Gesprächsausschnitten auf Gemeinsamkeiten oder Unterschiede verglichen.

Somit kristallisieren sich zwei Fragen als relevante heraus: Was ist auffällig bei SpeedDating-Gesprächen und welche Ähnlichkeiten mit anderen Rede-Gattungen gibt es?

Zunächst ziehe ich einen Vergleich von SpeedDating zum Bewerbungsgespräch.

verwendet, um eine Verwechslung der Bedeutung von *Image* aus dem Marketingbereich zu vermeiden.

³¹ Die Transkripte der ausgewählten Gespräche befinden sich im Anhang.

3.1 Vergleich: SpeedDating und Bewerbungsgespräche

„Profis“
06 S: =FREUT mich.;
07 <<t> (wir) sind ja jetzt schon PROfis hier.>
08 T: [JA (.) ne?]
09 S: [((kichert ca. 2 Sek. lang))]
10 T: ich=ich hab=s mittlerweile voll DRAUF.
11 ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>
12 S: JA?
13 (3.0)
14 T: oKE:.
15 ähm, (-)
16 ja:=ä:h;
17 [ich hAb=s voll DRAUF;]
18 S: [((kichert))]
19 T: was HAbE ich versprOchen;
20 ja (.) ich bin THORSten,
21 ehm (.) NE?
22 bin achtundzwAnzig JAHre alt;
23 studiere in MÜNster,
24 ähm poliTIKwissenschaft,
25 <<len> und> (.) ä:hm ein AUF(.)baustudiengang,
26 genannt sprecherziehung (.) SPREChwissenschaft,
27 wes(.)WEgen ich (.) eLIsa kenn.
28 S: ach SO.

Am Anfang seines siebten und damit letzten SpeedDatings projiziert Thorsten durch sein „ich hAb=s voll DRAUF“ (Z. 17 – was sich auf den vorangegangenen Satz Sabrinas bezieht: „(wir) sind ja jetzt schon PROfis hier“ aus Z. 7) und „was HAbE ich versprOchen“ (Z. 19) eine gewisse Professionalität auf seine folgende Selbstvorstellung, in der er in Stichpunkten relevante Eckdaten zu seiner Person aufzählt: Name, Alter, Studium, Wohnort. Die knappe Selbstvorstellung am Anfang eines SpeedDatings scheint also nach seiner Ansicht eine Vorgehensweise darzustellen, die diese Professionalität ausdrückt.

Sowohl beim SpeedDating wie auch bei der Bewerbung geht es um die eigene Selbstbeschreibung und persönlicher Fähigkeiten (vgl. auch Keller 2007: 99).³² „Das

³² Als wertvolle Analysehilfen zum Vergleich SpeedDating mit dem Bewerbungsgespräch haben sich zum einen Wolfgang Kellers Aufsatz zu „Liebes- und Arbeitssuche als netzbasierter Kompetenzdiskurs“ (Keller 2007), zum anderen Annette Lepschys Untersuchung zum Bewerbungsgespräch (Lepschy 1995) herausgestellt. Lepschy untersucht mit den Methoden der Gesprächsanalyse Bewerbungsgespräche hinsichtlich der Sprechsituation und der Prozessstruktur. Ähnlich wie die vorliegende Arbeit zum SpeedDating beschäftigt sich Lepschys Untersuchung mit Identitätspräsentation, Beziehungsgestaltung, Gesprächsorganisation und den Einsatz sprachlich-sprecherischer Mittel der Bewerberinnen und Bewerber. Obwohl Keller onlinebasierte Selbstbeschreibungen in den Feldern Arbeit und Dating untersucht und damit „schriftliche Bewerbungen“, lässt sich

Persönliche wird vertieft, ausgelotet, aufgeklärt (erweitert und/oder neu konstruiert) usw. und gleichzeitig marktförmiger“ (Keller 2007: 100f.) dargestellt, wie es hier in der steckbriefartigen Selbstvorstellung deutlich wird. Beide Felder, das des SpeedDatings und das der Bewerbung, unterliegen dabei bestimmten Standardisierungen.

Interessant ist auch, dass die Teilnehmer/-innen von sich aus eine Verbindung vom SpeedDating zu Bewerbungsgesprächen ziehen, wie beispielsweise in dem Transkriptausschnitt „Sektchen.“ Sabrina hat mit Mirko zuvor über ein bevorstehendes Bewerbungsgespräch geredet und über die typischen Fragen, die man im Bewerbungsgespräch gestellt bekommt (beispielsweise „ob sie schnell Freundschaften schließt, ob sie lieber in `ner großen Gruppe, oder in `ner kleinen Gruppe weggeht“ (Z. 64-66)). Danach erfolgt dieser Dialog:

„Sektchen“

```
72 M: kAnnst ja HIER er[zähl=n; ]
73 S: [(lacht)]
74 M: [eh=Ich geh immer zum SPEEDdating,]
75 S: [(lacht)]
76 M: [gAr kein THEma;]
77 S: [(lacht)]
78 M: [(räuspert sich) ich bin SEHR
kontAktfreudig.]
79 S: [(lacht)](---)
80 M: [ne dreiviertel STUnde (.) sie:ben terMIne,]
81 S: [(lacht)]
82 M: gAr kein DING; (--)
83 auch noch beLASTbar. (--)
```

Mirko schlägt Sabrina zum Thema „Bewerbungsgespräch“ vor, dass sie das SpeedDating als positive Selbstpräsentation für ihr Bewerbungsgespräch nutzen könne. Sabrina reagiert darauf mit immer wieder neu einsetzenden Lach-Sequenzen. Obwohl dieser Gesprächsausschnitt viele Züge einer Scherzkommunikation trägt – Sabrina antwortet auf Mirkos TCUs mit Lachen, Mirko produziert weitere Emergenzen zum Thema „SpeedDating beim Bewerbungsgespräch“ und inszeniert ein fiktives Bewerbungsgespräch, indem er an Stelle Sabrinas ab Z. 74 in die Rolle des Bewerbers springt, was von Sabrina wiederum mit wiederholtem Lachen goutiert wird – werden doch Aspekte

seine Argumentation sehr gut auch auf mündliche Bewerbungen und damit auf Bewerbungsgespräche und Datinggespräche übertragen.

herausgegriffen, die tatsächlich sowohl beim SpeedDating wie auch beim Bewerbungsgespräch eingefordert werden: Kontaktfreude und Belastbarkeit („dreiviertel Stunde, sieben Termine“, Z. 80).

Für Arbeitsbewerbungen wie für Partnerschaftssuche werden also ähnliche Fähigkeiten vorausgesetzt, um auf diesen Gebieten erfolgreich zu sein. Bei beiden werden ähnliche Soft-Skills erfragt. Anscheinend sind Liebes- und Arbeitssuche, wie auch Keller (2007) argumentiert, im Zuge der institutionellen Partnerschaftsvermittlung eine vergleichbare Institution geworden.

Das Bewerbungsgespräch ist im Idealfall „eine situativ gesteuerte, wechselseitige Verständigungshandlung [...], durch die Bewerber und Einstellende eine Stellenbesetzung zur gemeinsamen Sache machen“ (Lepschy 1995: 317), wobei das Ziel die Überprüfung der gegenseitigen Passung, also die wechselseitige „Passungsüberprüfung“ ist (vgl. Lepschy 1995: 75-78).

3.1.1 Selbstvorstellung beim SpeedDating

Die Wechselseitigkeit in der Selbstvorstellung ist auch im Beispiel „Profis“ erkennbar: Sabrina produziert eine ähnliche Selbstvorstellung wie Thorsten:

„Profis“

```
43 S:  [((lacht ca. 2 Sek. lang)) ]
44     hast du bei mir schon irgend=nen SPRACHfehler
      erfasst.=
45 T:  =NE,
46     du musst ein bisschen mehr von dir erzählen.
47 S:  ah okay.=
48 T:  =was MACHST du denn so. (-)
49 S:  Also.
50     ich bin Sabrina,
51     bin vierundzwanzig Jahre alt,
52     studier in Münster kommunikationswissenschaften
      im Hauptfach,
53     also auf Magister,
54     Nebenfächer psychologie und DEUTSCH,
55     (1.0)
56     bin jetzt (.) fast fertig,
57     gebe bald meine Magisterarbeit ab; (---)
58     in drei Wochen hoffentlich? ((lacht einmal kurz))
59 T:  mh?
```

Sabrina wird von Thorsten dazu aufgefordert, von sich zu erzählen. Ihre Selbstvorstellung erfolgt ab Z. 49 f. und greift Thorstens Kategorien in gleicher Weise auf: Name, Alter, Studium, Wohnort (vgl. Kap. 3.1). Ihre Selbstvorstellung kann also als Spiegelbild zu Thorstens Selbstvorstellung gesehen werden. Während

er allerdings in Z. 21 eine Zwischensequenz, die aus zwei Partikeln und Pausen besteht und deswegen wahrscheinlich als Planungszeit für die folgenden TCUs zu interpretieren ist, und in Z. 25 eine längere Pause einschleibt, produziert Sabrina ihre Selbstvorstellung ohne Pausen (bis Z. 55). Außerdem stellt sie sich nicht wie Thorsten ausschließlich in Ein- bis Zweiwortsätzen vor, die auf die relevante, personenbezogene Information komprimiert sind, sondern formuliert zunächst Aussagen über sich (Z. 50-52), die zusätzlich zur relevanten Information Subjekt und Prädikat beinhalten. Durch die längere Konstruktion gewinnt sie mehr Planungszeit für ihre nächsten Äußerungen. Gleichzeitig übernimmt sie die Struktur von Thorsten. Erst nachdem sie spiegelbildlich die gleichen Eckdaten von sich referiert hat, bezieht sie sich auf ein Thema, das sie momentan speziell angeht: Die Abgabe der Magisterarbeit.

3.1.2 Die Passungsüberprüfung beim SpeedDating

Auffällig ist also die formale Ähnlichkeit in beiden Selbstvorstellungen. Wenn dies nicht wechselseitig im Zuge der Passungsüberprüfung erfolgt, wird dies eingefordert oder moniert:

„Schieß los“

240 T: ja: (.) also ich stuDIER ähm;
 241 politikWIRTSchaftswissenschaften und
 242 evangelische theologIe halt;
 243 auf LEHRamt.
 243 M: aHA,
 244 T: (.)
 245 hast noch nicht geFRAGT (.) heut.
 246 M: ne:.
 247 eben stimmt.
 248 T: du hast nicht geFRAGT;
 249 was ich Mache.
 250 nein;
 251 M: geNAU.
 252 ja. (-)
 253 T: [ja.]
 254 M: [ent]SCHULdigung. ((lacht kurz))(--)

Zweimal verweist Timo darauf, dass Martina es unterlassen hat zu fragen, was er denn mache (Z. 245, 248-249). Da er im Gespräch bisher die Gesprächsführung übernommen und Fragen an Martina gestellt hat, was ein sehr ungewöhnlicher Fall ist, da in den SpeedDating-Gesprächen die Passungsüberprüfung meistens wechselseitig erfolgt, muss Timo von sich aus die Initiative ergreifen, um von sich

zu erzählen (Z. 240-242). Er fordert also rückläufig einen *account* für die Unterlassung der Frage nach seiner Ausbildung. Dass sie es bisher vermieden hat, Fragen zu stellen, führt zu einer Asymmetrie in der Passungsüberprüfung und kann u.U. als Desinteresse Martinas interpretiert werden. Da sie bei Timos erstem Hinweis (Z. 245) keine angemessene Reaktion liefert, insistiert Timo ein weiteres Mal. Erst dann erfolgt die ausgebliebene Entschuldigung Martinas. Das heißt, dass sie Timos Insistieren als Vorwurf an sich und ihrem Gesprächsverhalten verstanden hat, wofür sie sich entschuldigen muss. Diese Entschuldigung (Z. 254) wird durch ein Lachen begleitet, das in diesem Falle im Sinne des *face-works* dazu dienen könnte, die Situation zu entschärfen.

Im weiteren Dialog zwischen Martina und Timo erfolgen weitere negative Zwischenfälle, die dann auch in einer sehr negativen Schlussziehung der Passungsüberprüfung mündet:

263 M: und was wirst du damIt MACHen?
 264 (---)
 265 T: LEHrer werden;
 266 (4.1)
 267 wieso LACHST du?
 268 M: SCHÖN↓.
 269 ja (-) NÖ:↓=
 270 <<p> =[s IST okay.]>
 271 T: [klingt sehr] beGEISTert;
 272 M: ja. (-)
 273 ↑JA↓. (---)
 274 ja (.) lehrer und erzieher KÖNNen sich nIch.
 275 (---)

Im Unterschied zu vorher stellt nun Martina auch eine Frage an Timo, auf die er allerdings zuvor in Z. 242 schon eine passende Antwort gegeben hat: Er studiere auf Lehramt. Dies erklärt die etwas längere Pause zwischen ihrer Frage in Z. 263 und seiner Antwort und die Kürze seiner Antwort: Dadurch, dass er dies schon erzählt hat, ist die Beantwortung der Frage redundant. Die Frage von Martina kann als ein erneutes Zeichen von Desinteresse gewertet werden, da sie ihm vorher offenbar nicht richtig zugehört hat, was wiederum einen *face-threatening-act*³³ darstellt. Ihre Reaktion auf seine Antwort ist aber in diesem Fall kein *account*, sondern ein Lachen, das wahrscheinlich hier in Z. 264 erfolgt, auf den Aufnahmen aber nicht hörbar ist. Dies ist, wie durch Timos Nachfrage zu sehen ist, eine

markierte Reaktion und fordert eine Erklärung. Durch Martinas starken Gebrauch von auffällig prosodischen Markierungen und Partikeln wie „SCHÖN↓“, „ja“ und „NÖ:“ (Z. 268-269) projiziert sie eine weitere markierte Erklärung (was Timo ebenfalls in Z. 271 deutet), die dann in Z. 274 erfolgt: „lehrer und erzieher KÖNNen sich nIch.“ Da Timo auf Lehramt studiert und Martina Erzieherin ist, ist folglich in Martinas Schluss eine Nicht-Passung implizit. Allein aufgrund ihrer unterschiedlichen beruflichen Rollen, „können sie sich nich“ (zu ergänzen wäre: „leiden“). Obwohl also auch schon vorher im Dialog deutlich wurde, dass Timo und Martina gesprächstechnisch nicht einwandfrei harmonieren (keine wechselseitigen Frage-Antwort-Sequenzen, Asymmetrie in der Gesprächsführung, Einforderung von Entschuldigungen), wird hier von Martina indirekt eine Nicht-Passung formuliert und dies auf die beruflichen Rollen und damit auf scheinbar objektive Situationsfaktoren geschoben.

Interessant ist an dieser Stelle, dass erstens überhaupt ein Grund der Nicht-Passung thematisiert wird und damit eine Konfrontation eingegangen wird. Die beiden Gesprächsteilnehmer lassen eine Eskalation des Gespräches zu. Zweitens ist es ungewöhnlich, dass gerade beim SpeedDating von den Teilnehmenden der Schluss der Nicht-Passung konfrontativ gezogen wird – wenn auch indirekt. Eigentlich muss im Gespräch nicht ausgehandelt werden, wie man miteinander verbleibt, weil dies über das Ankreuzen auf den Zetteln und durch den Moderator gesteuert werden kann. Es würde reichen, ein „Nein“ anzukreuzen, um sich nicht wieder zu treffen und damit im Gespräch das gegenseitige Gesicht zu wahren.

Wie anhand der Beispiele deutlich wurde, ist beim SpeedDating eine Passungsüberprüfung erwünscht, die in wechselseitigen, symmetrischen Fragen zur Person erfolgen soll. Wie beim Bewerbungsgespräch soll es im Idealfall keine einseitigen Fragesequenzen beinhalten (Lepschy 1995: 320). Dass dies dennoch manchmal zu beobachten ist, liegt wohl daran, dass bei einigen Gesprächen von vornherein fest steht, dass das Gegenüber uninteressant in Hinblick auf partnerschaftliche Interessen ist.³⁴ Das SpeedDating kann wie das

³³ Der Begriff *face-threatening-act* steht für eine gesichtsbedrohende Handlung (vgl. Brown/Levinson 1987: 68).

³⁴ Vgl. z.B. die Gespräche „Ergotherapie“, „Muss man schnell reden“ und „Standardfrage“, die in dieser Reihenfolge aufeinander folgten. Im Rahmen der Arbeit kann ich die Gespräche

Bewerbungsgespräch aufgrund der Passungsüberprüfung, in der es um die Person des jeweils anderen geht, als ein „personthematisches Gespräch“ (Lepschy 1995: 318) bezeichnet werden. Ebenso ist es dadurch, dass es auf ein Ziel hinausläuft, „produktionsorientiert“ (Lepschy 1995: 175). Es muss während des Gesprächs oder unmittelbar danach eine Entscheidung im Sinne der Passungsüberprüfung getroffen werden, ob es sich beim Gegenüber um eine(n) lohnenswerte(n) Partner/-in handelt, und das spezifische Kästchen auf der Ankreuzkarte angekreuzt werden.

3.1.3 Informationseinholung beim SpeedDating

Wie beim Bewerbungsgespräch spielt „Informationseinholung [...] eine zentrale Rolle“ (Lepschy 1995: 319). Dies erfolgt im nächsten Beispiel anhand von Fragen, wonach das Gegenüber auf der Suche sei:

```

„Was suchst Du denn?“
01   J:    und dU:(.) ä:h;
02         suchst=n DATE,
03         oder ne FREUNDin,
04         oder (-) ein Abenteuer;
05   M:    ^NÖ;
06         ich such WENN,
07         dann Ä:H; (.)
08         ne beziehung für=s LEben.
09         (--)
10   J:    ach (.) im ERNST.

```

Die Frage von Janina ist zwar prosodisch durch ein lang gezogenes „dU:“, eine Verzögerungspartikel wie „ä:h“ und Minimalpausen markiert, was darauf hindeutet, dass es eine Disfluenz darstellt. Sie wird allerdings ohne Umschweife von Mirko beantwortet.

Die Antwort ist prosodisch durch eine große Tonhöhenbewegung bei „^NÖ“ (Z. 5), so wie durch die Zersplitterung seiner Antwort in kleinere, prosodisch markierte TCUs, eine Verzögerungspartikel wie „Ä:H“ und durch Pausen stark markiert. Das

leider nicht genau analysieren, doch es ist auf jeden Fall auffällig, inwiefern sich Karins Selbstdarstellung ändert: Sie wird knapper und präziser – bei „Standardfrage“ greift sie sogar Fragen vor, indem sie z.B. antizipiert, dass Matthias nicht wüsste, was Ergotherapie sei (Z. 25-26). Sie verweist darauf, dass viele denken, dass es mit „Massieren“ zu tun habe – eine Erfahrung, die sie z.B. auch beim ersten Gespräch mit Andi gemacht hat. Dennoch bleibt zu beobachten, dass sie sehr lange Monologe im Zuge ihrer Selbstdarstellung produziert, was aber auch damit zusammenhängt, dass ihre jeweiligen Gesprächspartner sie auch reden lassen. Dies zeigt ein gewisses Desinteresse der männlichen Teilnehmer, und

deutet auf eine ebenso nicht-präferierte Antwort hin, was inhaltlich auch zum Ausdruck kommt. Mirko sucht weder ein Date, noch eine Freundin oder ein Abenteuer, sondern eine „beziehung für=s LEben“ (Z.8).

Die Frage Janinas ist heikel, da sich das Gegenüber stark öffnen und seine Bedürftigkeit ganz konkret formulieren muss, wenn er die Frage ernsthaft beantworten möchte. Im Sinne des Gesicht-Wahrens ist also sowohl die Frage als auch die Antwort potentiell gesichtsbedrohend, wie es auch prosodisch und syntaktisch im Dialog zwischen Janina und Mirko sichtbar wird. Gerade deswegen ist es auffällig, dass Mirko sich Mühe gibt, die Frage ernsthaft zu beantworten und tatsächlich preisgibt, wonach er auf der Suche ist. Das könnte bedeuten, dass, obwohl die Frage Janinas im Sinne des *face-work* nicht präferiert ist, sie dennoch im Kontext des SpeedDatings legitimiert ist. Im Zuge der wechselseitigen Passungsüberprüfung beim SpeedDating, also einer Form der Partnersuche, wird demnach eine Informationseinholung von privaten Informationen des Gegenübers akzeptiert.³⁵

3.1.4 Zusammenfassung des Vergleichs SpeedDating mit dem Bewerbungsgespräch

Das SpeedDating-Gespräch besitzt also ähnliche Merkmale wie das Bewerbungsgespräch: Es dient wie das Bewerbungsgespräch der personthematischen, produktionsorientierten Informationseinholung zur wechselseitigen Passungsüberprüfung und ist institutionell organisiert. Dennoch gibt es auch Unterschiede, da es sich hier um eine andere Institution handelt, in der es um Partnerschaft und nicht um Arbeit geht. Außerdem verlaufen Bewerbungsgespräche meistens asymmetrisch, weil eher der Personalchef die

tatsächlich hat auch keiner der drei Gesprächspartner angekreuzt, dass er sie wieder sehen wolle, während sie alle drei angekreuzt hat.

³⁵ Durch die Begrenzung der Arbeit ist leider nicht ausreichend Platz, weitere kommunikative Verfahren der Passungsübereinstimmung in den SpeedDating-Gesprächen zu ermitteln. In diesem Zusammenhang wäre es beispielsweise interessant zu untersuchen, inwiefern man in den Gesprächen kommunikativ ermitteln kann, ob man das Ankreuzen (positiv und negativ) aus den Transkripten ablesen kann. Meiner Ansicht nach gibt es kaum Hinweise darauf, wann sich Teilnehmende gegenseitig besonders gut fanden. Auffällig ist allerdings, wie bereits ausgeführt, dass lange einseitige Redezeiten meistens ein Anzeichen dafür sind, dass sich das Gegenüber nicht sehr für den Redner interessiert (wie z.B. bei den langen Selbstvorstellungen von Karin in „Ergotherapie“, „Schnell reden“ oder „Standardfrage“ oder das Desinteresse Martinas in „Schieß los“).

Fragen stellt und die Auswahl trifft und es nicht um eine wirklich gleichberechtigte wechselseitige Übereinkunft geht. Die Teilnehmer/-innen bei SpeedDating-Gesprächen sind durch ihren Teilnehmerstatus und dadurch, dass jeder „Personalchef“ und „Bewerber“ in einem ist, gleichberechtigt.

3.2 phatic communion, Metakommunikation und Smalltalk

```
“Kunst kommt von Können”  
11 D: Ehm-  
12 machst du zum ERsten mal,  
13 SPEEDdating?=  
14 M: =JA;
```

„machst Du zum ERsten mal SPEEDdating?“ Diese oder eine ähnliche Frage leitete häufig nach der wechselseitigen Begrüßung das erste Thema des SpeedDatings ein. Dass es sich hier nicht nur um eine Frage handelt, die der Informationseinholung dient, sondern auch um die Beziehungsaushandlung, in der die Interaktanten sich zueinander befinden, wird in diesem Kapitel deutlich werden.

Die Frage Daniels wird mit einem sich schnell anschließenden „=JA“ (Z. 14) beantwortet. Da dies auch mit einem Turn abgeschlossen wird und weder Zögerungsmerkmale noch den Versuch einer Erklärung oder Ausweitung der Antwort beinhaltet, handelt es sich hier im Sinne der Präferenzorganisation um eine präferierte Antwort.³⁶

Die Frageform macht durch ihre Struktur ein „Ja“ auch erwartbar, ein „Nein“ müsste eine Begründung liefern (vgl. auch dazu Raymond 2003: 943). Ein „Ja“ greift die Struktur der Frage implizit auf: Ja, ich mache zum ersten Mal SpeedDating. Eine Verneinung würde die Struktur durch eine Verneinungspartikel verändern und dadurch markieren. Wie im Folgenden zu sehen ist, wird das „Ja“ von Martina akzeptiert:

```
15 D: JA,  
16 M: du AUCH?  
17 D: JAH.hh;  
18 hab vorher schon mal von geHÖRT,  
19 UN:D;  
20 (.)
```

³⁶ Vgl. Raymond (2003) zu der type-conforming response: „Typically, preferred responses are produced immediately and without qualification.“ (Raymond 2003: 943).

21 ja=find die idee KLASse,
 22 und wollts gern mal AUSprobiern;
 23 ne?
 24 (.)
 25 s=ist halt auch mein erstes MAL.
 26 M: =ja (.) SCHÖN,
 27 =((ein kurzes Lachen))hehe-

Interessanterweise liefert Daniel hier einen *account* dafür, dass er bei einem SpeedDating mitmacht. Er rechtfertigt sich dafür in dreifacher Weise: 1. hat er schon mal davon gehört, 2. findet er „die idee KLASse“ (Z. 21) und 3. wollte er es „gern mal AUSprobieren“ (Z. 22) – bevor er zur eigentlichen Antwort auf die von Martina gestellte Frage kommt: Dass er ebenfalls zum ersten Mal bei einem SpeedDating teilnehme.

Das Phänomen sich auszutauschen, ob man zum ersten Mal bei einem SpeedDating mitmacht, wird häufig an eine Rechtfertigung gekoppelt und findet sich in vielen SpeedDating-Gesprächen zu Beginn (vgl. „Hast Du so was schon mal gemacht“ oder „Vanille oder Schokolade“).

3.2.1 *phatic communion beim SpeedDating*

SpeedDating scheint eine heikle Angelegenheit zu sein, in der das *face* sehr leicht bedroht werden kann. Es besteht eine Fremdheit zwischen den Interaktanten, Unsicherheit aufgrund der neuen Situation. Die Bedürftigkeit, die man als Single und Partnersuchende/-r ausstrahlt, wenn man sich einer Partnervermittlung zuwendet, scheint ebenfalls sehr mit dem *face* bzw. dem Gesichtsverlust verbunden zu sein: Wenn man Single ist, dann gilt man evtl. als „fehlerhaft“, nicht aussortiert. An die Datingpartnerin/ den Datingpartner wird wiederum die Forderung gestellt, das Bedürfnis nach Zweisamkeit und Partnerschaft zu stillen. Allerdings besteht auch die Gefahr der Ablehnung, da man nicht weiß, ob das Gegenüber der eigenen Person zustimmt. Deswegen wird sehr vorsichtig austariert, wie man miteinander in Verhandlung treten und die etwaige Passung überprüfen kann, ohne sich zu sehr in Gefahr zu begeben und das *face* zu schützen. Für das vorsichtige Austesten des Gegenübers, ohne das *face* zu verlieren, bieten sich sogenannte „phatische Elemente“ an. Sie gehen auf den Begriff *phatic communion* von Bronislaw Malinowski zurück, und werden von ihm als „a mere exchange of words“ (Malinowski 1923, hier zitiert aus dem Reprint von 1972: 315) beschrieben, die eine soziale Funktion erfüllen und beziehungsstiftend sind.

Laver, der die Gedanken von Malinowski weiterentwickelt, arbeitet heraus, dass es beim Smalltalk um zwei Funktionen geht: Zum einen um die Funktion, einen Kontakt mit einer anderen Person auf- und die anfängliche Spannung abzubauen – das „Eis zu brechen“ (Laver 1975: 218), bzw. einen *working consensus* (nach Goffman 1959) mit einer anderen Person zu erstellen (vgl. Laver 1975: 219). Zum anderen darum auszuhandeln, wie man miteinander verbleibt, bzw. einen *continuing consensus* miteinander zu vereinbaren (Laver 1975: 227).

Beim Aushandeln des *working consensus* ist die wichtigste Funktion „the communication of indexical facts about the speakers` s identities, attributes, and attitudes, and that these indexical facts constrain the nature of the particular interaction“ (Laver 1975: 217).

Dafür werden am Gesprächsanfang häufig *neutral tokens* gewählt (vgl. Laver 1975: 224), die nach Laver eine Referenz zu der Situation oder Umwelt herstellen, die für beide Sprecher im Augenblick ihres Zusammentreffens Relevanz besitzt (vgl. Laver 1975: 223). Die Verwendung der *neutral tokens* ist durch die Tatsache, dass man sich bei der *phatic communion* einander annähern möchte, durch einen Austausch von Höflichkeit und Solidaritätsbekundungen gekennzeichnet – besonders in der Anfangs- und Gesprächsbeendigungsphase (vgl. Laver 1975: 232). Durch den fast universalen Gebrauch von *phatic communion* mit ähnlichen Stereotypen interpretiert Laver sie als „ritual transaction“ (Laver 1975: 236), bzw. „ritual behavior“ (Laver 1975: 233).

Er verweist auch auf die enge Korrespondenz der *phatic communion* mit Höflichkeitsroutinen und *face-work* in Anlehnung an Brown/Levinsons Politeness-Model (Brown/Levinson 1978) und schreibt: „The linguistic behavior of conversational routines, including greetings and partings, as well as pleas, thanks, excuses, apologies and small talk, is part of the linguistic repertoire of politeness.“ (Laver 1981: 290).

Beim SpeedDating gibt es zwar keine Zeit für die Teilnehmenden den *continuing consensus* selbst zu initiieren, da sie zuvor von der SpeedDating-Klingel unterbrochen werden (vgl. dazu Beendigungssequenzen bei Laver 1975: 227- 231), dennoch handeln sie nach dem Klingelzeichen kurz einen *continuing consensus* miteinander aus und beenden damit selbst das Gespräch:

„Ergotherapie“

261 K: auch bei der ha es PE: show mitgemacht?
262 A: aHA,
263 ((1.2 Sek.))
264 ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>
265 (1.0)
266 K: UI.
267 (1.0)
268 A: geht SCHNELL;
269 ne?
270 K: ((lacht ca. 1 Sek. lang))
271 A: eigentlich VIEL zu schnell.
272 K: hh
273 A: na JA;
274 K: na DANN,
275 ((Moderatorin „Mod“ gibt Anweisung aus dem Hintergrund
an die Gruppe))
276 Mod: jetzt bitte EINmal einen WEIterrutschen.
277 ((Stühlerücken))
278 A: alles KLAR.
279 TSCHÖ;
280 K: <<p> tshüss,>=
281 A: =TSHÜSS.

Das Gespräch wird durch die SpeedDating-Klingel unterbrochen. Dies wird dadurch erkenntlich, dass Karin, indem sie in Z. 261 prosodisch mit der Stimme hochgeht, anzeigt, dass sie noch nicht mit der Vorstellung ihres Hobbys abgeschlossen hat. Außerdem produziert sie nach der Klingel ein „UI“ (Z. 266), was in diesem Fall Erstaunen impliziert. Dies wird wiederum an der Koproduktion Andis sichtbar, der mit dem Verweis auf die Schnelligkeit der Dates (Z. 268-269) ihr „UI“ als Erstaunen über das schnelle Ende des Dates weiterführt. Sie erkennt seine Produktion durch Lachen an, wodurch sich Andi bestätigt fühlt und seine Interpretation noch ergänzt: Die Zeit gehe sogar „VIEL zu schnell“ (Z. 271) um. Dieses „VIEL zu schnell“ impliziert, dass Andi die Zeit für die SpeedDatings anscheinend als zu knapp empfindet und er vermutlich gerne länger geredet hätte. Im Sinne des *face-works* bedeutet dies eine Aufwertung Karins als Gesprächs- und Datingpartnerin und lässt damit das Gespräch im guten Einvernehmen enden.

In dem wechselseitigen Austausch von themenabschließenden Partikeln wie „na JA“ (Z. 273) oder „na DANN“ (Z. 274) werden Karin und Andi dann erneut durch die organisatorischen Anweisungen der Moderatorin unterbrochen (Z. 275-276), worauf sie mit einem Akzeptieren des Gesprächsabschlusses reagieren („alles KLAR“, Z. 278), und ein wechselseitiges „tshüss“ (Z. 280-281) erfolgt.

Die Teilnehmenden beenden ihr Gespräch also nicht mit dem Ablauf der SpeedDating-Zeit (Klingelzeichen), sondern handeln die Gesprächsbeendigung noch einmal selbst aus.

Gerade in Gesprächsbeendigungsphasen ist das Gesicht häufig bedroht, da die Möglichkeit einer Zurückweisung besteht. Durch den Gebrauch von phatischen Elementen wird, indem man den *continuing consensus* miteinander aushandelt, die Übereinstimmung impliziert, dass man sich im Guten voneinander trennt. Ebenso können die Partikeln „na JA“ (Z. 273) und „na DANN“ (Z. 274) als Einleitung eines Gesprächsabschlusses gewertet werden, die dann mit einem abschließenden „alles KLAR“ (Z. 278) in dem Austausch von Verabschiedungen münden (vgl. zu Gesprächsbeendigungsphasen auch Levinson 2000: 343). Obwohl also die Institution die Gespräche sehr stark einschränkt und zeitlich begrenzt, beenden die Teilnehmer/-innen noch einmal von sich aus das SpeedDatinggespräch in einem Austausch phatischer Elemente, die in einer Gesprächsbeendigungssequenz (hier Z. 279-281) münden.

Insgesamt ist es für mich aus der Forschungsliteratur nicht ersichtlich, ob man die phatischen Elemente als eigene Gesprächsgattung (Small Talk) betrachten oder dem *face-work* zurechnen soll³⁷ (vgl. dazu auch Coupland/Coupland 1992: 220, die in ihrem Artikel die Position vertreten, dass *phaticity* vielmehr als Qualität von Interaktionsorganisation gesehen werden sollte und nicht als eigene Gesprächsform). So sagen z.B. Coupland/Coupland: „Phaticity is a multidimensional potential for talk in many social settings, where speakers` relational goals supercede their commitment to factuality and instrumentality“ (Coupland/Coupland 1992: 207).

Einig ist man sich in der sprachwissenschaftlichen und soziologischen Forschungsliteratur, dass *phatic communion* bzw. Höflichkeitsfloskeln meistens dann im Gespräch eingesetzt werden, wenn die Gefahr besteht, dass das Gesicht bedroht

³⁷ Vgl. Coupland/Coupland 1992: 226, dass einige Präferenzordnungen der „phatischen Sequenzen“ besser mit der Beschreibung *face-work* im Sinne des *politeness*-Modells von Brown/Levinson (1978:38) beschrieben werden können.

wird und wenn die Beziehung der Interaktanten im Mittelpunkt des Gesprächs steht.³⁸

3.2.2 Metakommunikation beim SpeedDating

Da sich in beiden Beispielen („Kunst kommt von Können“ und „Ergotherapie“) die Interaktanten kommunikativ auf die Situation, in der sie sich befinden (SpeedDating) beziehen, halte ich es für sinnvoll, hier ebenfalls mit dem Begriff „Metakommunikation“ zu operieren. Unter Metakommunikation werden nach Johannes Schwitalla „Verbalisierungen der Bedingungen einer Interaktion“ verstanden, und zwar „das Definieren, Werten und Begründen von einzelnen sprachlichen Äußerungen, deren Bedingungen, Ziele und Konsequenzen. Fast alle metakommunikativen Sequenzen verändern auch die Lage der Beziehung zwischen den Interaktanten“ (beides Schwitalla 1979: 203).³⁹

Warum gebrauchen die Teilnehmer Metakommunikation? Welches Problem steckt dahinter, das auf diese Weise kommunikativ gelöst werden muss? Nach Schwitalla handelt es sich um die „Sicherung eines reibungslosen Ablaufs von Gesprächen“ (Schwitalla 1979: 135) und sorgt gleich der *phatic communion* für eine Entspannung der Atmosphäre (vgl. Schwitalla 1979: 133). Meistens sind phatische Elemente, weil sie eben auch dann zum Tragen kommen, wenn das *face potentially at risk* ist, mit Metakommunikation über das SpeedDating verbunden.

Metakommunikation kann erfolgen in Form einer Begründung von Gesprächsverhalten (wie z.B. in „Weiter im Text“ die Bezeichnung der Fragen „Pizza oder Pasta“, „Bier oder Wein“ als „Standardfragen“, vgl. Kap. 3.5 und 3.6), Exploration von Gesprächserwartungen (wie beispielsweise in „Vanille oder Schokolade“, Z. 12f.) oder auch Klassifizierung von Gesprächselementen als zum SpeedDating zugehörig (wie z.B. die Fragen in „Pizza oder Nudeln“ Z. 75f.).

³⁸ Vgl. hierzu Geissner (1981: 148 f.), der in Abgrenzung dazu phatische Kommunikation als die „allgemeine mündliche Kommunikation“ (Geissner 1981: 148) oder auch als „Alltagsgespräche (Geissner 1981: 151) bezeichnet, sofern die Gespräche „routiniert und ritualisiert Kontakte anbahnen und erhalten, thematisch im begrenzten Horizont determiniert sind, und die Ziel-Mittel-Relation bewußlos, d.h. nichtintentional verfolgt wird dergestalt, dass diese Gespräche sowohl in der thematischen als auch und vor allem in der personalen Dimension unverbindlich bleiben“ (Geissner 1981: 152). Er stellt die phatische Kommunikation der rhetorischen gegenüber und problematisiert den unreflektierten Gebrauch von Gesprächen im Alltag.

Das Problem besteht beim SpeedDating anscheinend darin, dass die Teilnehmer verunsichert sind, worüber man sich in einem SpeedDating-Gespräch unterhält.⁴⁰ Die Metakommunikation stellt in dem Fall, in dem das Gespräch problematisch wird und die Verstehbarkeit eingeschränkt ist, eine Möglichkeit dar, sich darüber zu verständigen, wie man in den kommenden Minuten miteinander kommunizieren möchte – es schafft also eine Möglichkeit zur Übereinkunft über Koordination und Organisation des Gesprächs.⁴¹ Metakommunikation hat in diesem Fall also keine imageverletzende Funktion,⁴² sondern sorgt im Sinne des face-work für eine Entlastung des Gesprächs, indem man die Erwartungen des anderen mit den eigenen abklärt, koordiniert und dabei die Interpretierbarkeit sichert.

Ein spezieller Fall von Metakommunikation ist der *Setting talk*, der eine Technik bezeichnet, in denen Interagierende „zur Fortsetzung ihrer Unterhaltung wahrnehmbare Aspekte des momentanen Schauplatzes ihrer Unterhaltung zum Gegenstand ihrer Interaktion machen“ (Schmitt 1992: 117). *Setting* ist in meinem Fall die Situation SpeedDating und die Thematisierung des SpeedDatings, wie auch im Beispiel „Kunst kommt von Können“ zu sehen ist: Die Teilnehmenden gehen auf die aktuelle Situation des SpeedDatings ein und erschaffen damit wiederum einen *working consensus*.

3.2.3 *Smalltalk-Frageformen beim SpeedDating*

Häufig wird der Smalltalk als ein Teil von *phatic communion* gesehen (vgl. Laver 1975: 228).

Bartsch nennt zwei konstituierende Faktoren des Smalltalk: Auf der interaktionalen Ebene gebe es erstens eine Gleichberechtigung zwischen den Gesprächspartnern im Sinn von Status und Rederecht, auf der inhaltlichen Ebene lebe der Smalltalk von der ständigen Zulieferung neuer sachlicher oder persönlicher Informationen (vgl. Bartsch 2009: 43). Nach Schneider verwendet der Smalltalk „präfigurierte Rede und

³⁹ Ich gebrauche hier die Definition von Schwitalla, allerdings ohne seine sprechakttheoretischen Bezüge mit einzubeziehen.

⁴⁰ Alle Teilnehmer/-innen bei meinem SpeedDating erwähnen in den Gesprächen, dass sie zum ersten Mal bei einem SpeedDating mitmachen. Sie besitzen also alle keine praktische Erfahrung in der SpeedDating-Interaktion.

⁴¹ Äquivalent zur Funktion der Metakommunikation wäre demnach auch die Analyse der ethnographische Frage „How do members talk about, characterize and understand what is going on?“ (Emerson, Fretz und Shaw 1995: 146).

formelhafte Wendungen“, „verbale Stereotype“ (Schneider 1986: 141) und ist somit „fixiert und vorhersehbar“ (Schneider 1986: 141).⁴³ Durch ihren ritualisierten Gebrauch seien die Formen in hohem Maß erwartbar und prädeterminiert (vgl. Schneider 1986: 142).

Auch in den SpeedDating-Gesprächen kommt häufig eine bestimmte Frageform vor, die häufig als typische Smalltalk-Frage interpretiert wird: „Was machst Du so?“/ „Und was machst Du so?“⁴⁴ Im Folgenden untersuche ich diese Art von Frage und werde ihre verschiedenen Funktionen aufzeigen.

3.2.4 *Und was machst Du so?*

```
„Weiter im Text“
58   Ti:   JA;=
59   Ta:   =Oder;
60       das mag ich ganz GERN.
61   Ti:   ((schnalzt)) JA?
62   Ta:   JA. (--)
63       und was machst DU so?
```

Diese Frage „und was machst DU so?“ (Z. 63) erfolgt als Themenwechsel im Gespräch. Im Beispiel geht es vorher um Vorlieben bei Getränken. Tanja beschließt das Thema mit einem „das mag ich ganz GERN“ (Z. 60). Hierauf folgt ein wechselseitiger Austausch von „JA“ (Z. 61-62), der dadurch, dass es sich hier um beiläufige Beiträge mit Ausdrücken der Vorbeendigung handelt, als Übereinkunft eines Themenabschlusses (vgl. Gesprächsbeendigungen in Levinson 2000: 343f.) interpretiert werden kann. Danach entsteht, durch eine kurze Pause nach Tanjas „JA“ (Z. 62) erkennbar, eine Leerstelle für ein neues Thema, wonach sie die Frage „und was machst DU so?“ produziert.

Auffällig ist also, dass hier ein thematischer Wechsel durch eine erneute Frage erfolgt.

```
64   Ti:   ich=ä:h (-) sitz hier beim SPEEDdating rum,
```

⁴² Vgl. dagegen Schwitalla (1979: 139).

⁴³ Vgl. dazu auch Laver „linguistic tokens used in phatic communion are highly conventional“ (Laver:1975: 221).

⁴⁴ Vgl. beispielsweise dazu den Artikel „Und was machst Du so?“ Arbeitslosen-Alltag von Andreas Heilmann, Spiegel-Online, Unispiegel: „Wenn man auf Partys gefragt wird "Und was machst du so?" erwartet jeder Informationen zum Beruf, nicht zu den Hobbys." Wenn dann die Kündigung kommt, wird nicht nur der Smalltalk komplizierter.“ Abrufbar unter: <file:///C:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Custom/Desktop/smallwas.htm>.

65 Ta: ((lacht ca. 1 Sek. lang))
 66 Ti: aktuELL,
 67 anSONST,
 68 bin ich wahrscheinlich wie die ´mEIsten
 `hier stuDENT.

In der Antwort auf Tanjas Frage erfolgt zunächst der scherzhafte Einwurf, dass Timo gerade „beim SPEEDdating rum(sitze)“ (Z. 64), den sie mit einem Lachen honoriert. Anstatt die Frage auf sich in seiner Lebenssituation zu beziehen, dass er nämlich Student ist, wie er hinterher nachschiebt, bezieht er sie zunächst auf die aktuelle Situation. Diese Antwort ist aufgrund der Fragestellung durchaus möglich. Dass sie aber nicht präferiert ist, sondern tatsächlich eine Antwort zur Lebenssituation erwünscht ist, zeigt sich dadurch, dass Tanja Timos erste Antwort sofort als Scherz versteht und darauf wartet, dass er von sich aus die „richtige“ Antwort produziert. Dadurch, dass er doppelt ansetzt, indem er den Beginn der Antwort nach dem „ich“ durch die Zögerungspartikel „ä:h“ (Z. 64) abbricht und darauf eine Pause einsetzt, bevor er weiter formuliert, markiert Timo seine Antwort. Er kennzeichnet sie damit als nicht präferierte und lässt sein Bewusstsein darüber deutlich werden, dass dies nicht die erwartete Antwort von ihm ist. Die ausbleibende Reformulierung der Frage könnte ebenfalls ein Anzeichen dafür sein, dass sie Timos Äußerung als Scherz versteht und weiß, dass Timo die eigentliche Intention ihrer Frage verstanden hat.

Doch dient diese Frage „Was machst Du so?“ tatsächlich lediglich dazu, Smalltalk zu betreiben? Ist sie nur zur Beziehungsherstellung da, zum Vermeiden von Schweigen, Überbrücken von problematischen Gesprächsphasen, wie Malinowski (1972: 314) behauptet?

Im folgenden Beispiel wird deutlich werden, dass die Funktion der Frage im SpeedDating eine andere ist:

„Standardfrage“
 12 M: oke: STANdardfrage;
 13 wAs machst DU?
 14 (---)
 15 beRUflich?

Die Frage „wAs machst DU“ (Z. 13) wird hier durch die Einführung „oke: STANdardfrage.“ (Z. 12) projiziert und nach einer kurzen Pause noch um „beRUflich“ (Z. 15) erweitert. Durch die Kennzeichnung „Standardfrage“ zeigt sich, dass diese Frage bereits als spezifisches Element beim SpeedDating gilt.

Durch das Nachschieben von „beruflich“ will Matthias evtl. hier die Frage noch konkretisieren, damit es im Zuge des *recipient design* eindeutiger wird, was er als Antwort hören möchte. Wie im vorigen Beispiel zu sehen, kann die Frage „Was machst Du?“/ „Was machst Du so?“ sehr vielfältig interpretiert werden.

Dass keineswegs wie im vorigen Beispiel suggeriert, „Student/-in“ die präferierte Antwort darstellt („Weiter im Text“ Z. 68), zeigt Karins Antwort:

```
16   K:   ich mach ne AUSbildung.
17       ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>=
18   M:   =ALS?
19       (1.2)
```

Karins Antwort, dass sie eine Ausbildung macht (Z. 16), ist in keiner Weise markiert und auch Matthias Reaktion auf ihre Antwort hat keine Anzeichen für Erstaunen. Er produziert ohne zu zögern eine Nachfrage zu ihrer Ausbildung (Z. 18), spitzt die Informationseinholung also zu.⁴⁵

Die Frage ist sehr offen, lässt also die Möglichkeit zu, in vielfältiger Weise darauf zu antworten und sogar mit ihr zu spielen (vgl. „Weiter im Text“). Sie eröffnet der/dem Gefragten die Möglichkeit, selbst mit ihrer Antwort die Frage zu interpretieren und das folgende Thema zu initiieren und damit das Gespräch zu steuern. Ebenso liefert diese Frage eine Einladung zur Selbstvorstellung. Da sie zwar offen aber doch personthematisch ist, ist sie auch im Sinne des *face-work* eine geeignete Form,

⁴⁵ Das Frageformat „was machst Du (denn) (so)?“ erscheint als verfestigtes Element zur Informationseinholung ebenso in „Profis“:

```
„Profis“
45   T:   =NE,
46       du musst ein bißchen mEhr von dir erzÄhlen.
47   S:   ah oKAY.=
48   T:   =was MACHST du denn so. (-)
49   S:   ALso.
50       ich bin sabRIna,
51       bin vIErundzwanzig JAHre alt,
52       studier in münster ↑kommunikatIONswissenschaften im
       HAUPTfach,
```

Hier hat die Frage fast Anklang an ein Moderationselement, das elegant zur Informationseinholung überleitet und keineswegs nur ein phatisches Element darstellt. Die Frage „Was machst Du so?“/bzw. „Was machst du denn so?“ kann zu Anfang gestellt werden (wie in „Standardfrage“) oder auch mehr in der Mitte (vgl. „Profis“, „Weiter im Text“) des Gesprächs.

Informationen zur Passungsüberprüfung einzuholen. Sie fungiert als Überleitung zu anderen Themen und dient der Informationseinholung zur Passungsüberprüfung.⁴⁶

Interessant ist, dass eine ähnliche Frage nach den Hobbys eher zu einem späteren Zeitpunkt in den Gesprächen gestellt wird. Ich werde die Frage nach den Hobbys in einem von Andis SpeedDatinggesprächen analysieren. Bei Andi ist auffällig, dass er diese Frage in all seinen SpeedDatinggesprächen produziert.⁴⁷

„So klein ist die Welt“
369 T ((lacht ca. 1 Sek. lang))
370 A: das ist Echt der HAMmer.
371 geht echt GAR nicht.
372 JA.=
373 T: =das ist ECHT gut;
374 (-)
375 A: SO.
376 und (.) äh irgendwelche spontanen HOBBys,
377 die ich=äh KENnen müsste?
378 T: nen PFERD hab ich.=
379 A: =oh ECHT?

Nach einem wechselseitigen Austausch von Themenbeendigungssequenzen („das geht echt GAR nicht. Ja.“ (Z. 371-372), „das ist ECHT gut“ (Z. 373) und einer Pause (Z. 374)) markiert Andi deutlich eine Überleitung zu einem nächsten Thema: „SO“ (Z. 375) schließt das vorige Thema ab, dann erfolgt ein „und“ (Z. 376) als Überleitung zu Andis Frage, die er allerdings nochmals durch eine Pause und eine Verzögerungspartikel „äh“ absetzt. Die Frage nach den Hobbys (Z. 376ff.) ist deutlich markiert. Ebenso ist die Kombination „spontane HOBBys“ (Z. 376) auffällig, denn Hobbys werden normalerweise nicht als „spontan“ bezeichnet.

Ogleich die Frage in ihrer Konstruktion ungewöhnlich und markiert erscheint, hat Tanja keine Schwierigkeiten zu antworten und produziert als unmarkierte knappe Antwort, dass sie ein Pferd habe (Z. 378). Andis Reaktion macht durch den schnellen Anschluss seiner TCU, die als eine neugierige und interessierte Nachfrage zu interpretieren ist, deutlich, dass Tanjas Information ein zulässiger zweiter Teil auf

⁴⁶ Vgl. dazu den Gesprächsausschnitt vom Interview mit Andi: A: So. Also das war ja schon die Frage: Wie: Ja, was machst Du - was machst Du? Ok. Und wie stellst Du Dir das so weiter vor, ne? Das war schon `ne Routine. Vielleicht ab und zu auch mal ein bisschen langweilig. Aber, äh, im Endeffekt sagt das ja schon viel über einen aus. Ne? Wenn man, wenn man sagt: Das und das mach ich.

die Frage nach den Hobbys gewesen ist. Andis Frage erfüllt verschiedene Funktionen: Zum einen dient sie dazu, neue Informationen einzuholen. Zum anderen wird sie von Andi in allen Gesprächen angewendet und bekommt dadurch fast den Status einer strategischen, distinktiven Frage, um im Zuge der Passungsüberprüfung Frauen besser miteinander vergleichen zu können.⁴⁸ Dadurch, dass Andi die Hobbys immer zum Ende der Gespräche hin erfragt, hängt das Frageformat möglicherweise mit der Zeitbegrenzung zusammen und wird in Hinblick auf eine baldige Beendigung des Gesprächs als eine Art „Bonusfrage“ gestellt.

3.2.5 Zusammenfassung der Ergebnisse zu phatic communion, Metakommunikation und Smalltalk-Fragen

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das SpeedDating anders als *phatic communion* themenfixiert ist (vgl. Lepschy 1995: 318), indem es ein personenthematisches Gespräch darstellt. Somit werden die Fragen nach der Person automatisch zu Fragen der Informationseinholung und nicht nur der Beziehungsherstellung. Deswegen sind die Fragen „Was machst Du so?“ (oder ähnliche Fragen) nicht nur Elemente der *phatic communion*, sondern dienen auch der Informationseinholung zur Passungsüberprüfung und sogar zum Vergleich der unterschiedlichen Datingpartner/-innen (wie z.B. bei der Frage nach den Hobbys).⁴⁹ Durch die institutionelle Rahmung und der Zielorientierung des SpeedDatings werden die Gespräche auch anders als im Smalltalk nicht vom Inhalt, sondern vom

⁴⁷ Da es im begrenzten Rahmen dieser Arbeit nur möglich war, einige der Gespräche/Gesprächsausschnitte zu transkribieren, sei hier nur auf ein weiteres Beispiel Andis Frage in „Ergotherapie“ (Z. 253) verwiesen.

⁴⁸ Vgl. auch das Interview mit Andi:

A: Doch, auf jeden Fall. Klar. Sicher. Das war ja wahrscheinlich auch der Grund, ähm, warum man dann zum Schluss, ähm, noch mal eben gefragt hat: Äh, ja, und was machst Du sonst noch so, nach dem Motto.

E: Mh?

A: Ähm. Zuerst war es, glaub ich zumindest bei mir, immer so, dass man immer versucht hat, erst mal eine gemeinsame Basis zu finden.

E: Mh?

A: Bis man dann gemerkt hat: Ok, man kann sich gut unterhalten. Und dann, ähm, hat man gemerkt: Ach verdammt, jetzt möchte ich aber schon noch, doch noch zweidrei Punkte wissen, so abhaken, wo ich dann sage: Ok, super, das passt optimal. Oder sagen: Ok, na ja das ist vielleicht doch nicht so toll.

⁴⁹ Es gibt in den SpeedDatinggesprächen auch nicht die „typischen“ Small Talk-Fragen/-Phrasen, wie „Schönes Wetter heute“ (vgl. Laver 1975 oder Laver 1981) – Solche Fragen wären für den Kontext des SpeedDatings auch nicht angemessen, da sie keine personenthematischen Fragen darstellen.

Ziel, und zeitlich nicht von den Interaktanten selbst (vgl. Bartsch 2009: 43), sondern von der SpeedDating-Organisation bestimmt.

Damit rückt das SpeedDating-Gespräch näher zur Gattung des Bewerbungsgesprächs. Die Frageformate lassen durch ihre offene Antwortmöglichkeit vermehrt *face-work* zu, da die/ der Antwortende selbst entscheiden kann, was sie oder er von sich vorstellen möchte und liefern somit die Möglichkeit, das folgende Thema zu initiieren und zu steuern.

Für die Organisation und Koordination des SpeedDating-Gesprächs ist die Metakommunikation sinnvoll, die durch das Aufstellen des *working consensus* und des *continuing consensus* gleichzeitig eine Entlastungsfunktion für die Teilnehmer/-innen darstellt.

3.3 Flirt

Eigentlich hatte ich erwartet, dass in SpeedDatings geflirtet wird, da es sich immerhin der Bezeichnung nach um „Dating“ handelt, d.h. dass sich jeweils zwei Personen näher miteinander befassen, um sich für eine eventuelle Beziehung besser kennenzulernen. Bevor ich zum Vergleich von SpeedDating- mit Flirtgesprächen komme, stelle ich Elemente des Flirts vor bzw. wie der Flirt in der Literatur beschrieben wird.⁵⁰

3.3.1 Was ist Flirten?

Nach Dieker-Mütting kann der Flirt als subtiles „Als-Ob-Spiel“ (Dieker-Mütting 1999: 32) betrachtet werden, in dem zwei Beteiligte mit Nähe und Distanz spielen (Dieker-Mütting 1999: 6 oder auch Wyss 2006: 15). Er wird als Provokation, Verheißung oder auch als lustvolle Angelegenheit (Dieker-Mütting 1999: 5, 6) gesehen und hat „mehr oder weniger explizite erotische Ziele“ im Blick (Kollmann 2001: 348).⁵¹ Man reagiert wechselseitig positiv auf das Gegenüber mit zum Teil „hoch personalisierter

⁵⁰ Leider gibt es meines Wissens bislang keine einschlägige gesprächsanalytische Untersuchung der Flirt-Kommunikation.

⁵¹ Karl Kollmann hat im Bereich „Erotik-Chat“ Überlegungen zum Flirt aufgestellt, die sich durchaus verallgemeinern lassen und durch die Ausblendung von körperlicher Interaktion bei den Chat-Gesprächen einen Hinweis darauf geben, dass beim Flirt nicht unbedingt nonverbale Signale ausschlaggebend sind, um eine Interaktion von zwei Personen als Flirt zu

Aufmerksamkeit“ (Kollmann 2001: 349). Im „Flirt liegt immer auch eine Verheißung, eine Versprechung, eine Provokation und Anregung“ (Dieker-Müting 1999: 6).

Der Flirt kann sexuell motiviert sein (Dieker-Müting 1999: 5), kann allerdings auch einfach dazu dienen, die eigene Macht und die des Gegenübers (Machtspiel) kennenzulernen (vgl. Dieker-Müting 1997: 31 ff)⁵² oder Grenzen auszutesten. So zum Beispiel besteht das Flirtspiel sehr kleiner Kinder aus einem Verfahren durch Hinsehen, Wegsehen, Lächeln, „sich genießen“, neugierig sein und dann wiederum die Neugier verstecken (vgl. Dieker-Müting 1999: 31).⁵³ Es ist laut Dieker-Müting wie ein „Ballspiel, in dem man sein Gegenüber ´abtrifft` und sich dem anderen zwar aussetzt, aber versucht nicht getroffen zu werden“ (Dieker-Müting 1999: 31). Ebenso muss aber das Gegenüber auch „mitspielen“ (Dieker-Müting 1997: 27), denn sobald flirten einseitig realisiert wird, wird oft eher von „Anmachen“ gesprochen (Dieker-Müting 1999: 7).

Besonders deutlich scheint der Flirt durch nonverbale Elemente angezeigt zu werden (vgl. z.B. Fox 2004): So wird beim Flirten eine offene, zugeneigte Präsentation des Körpers bei Frauen so wie Schräglage des Kopfes festgestellt, das Spiel mit den Haaren oder auch die Tendenz sich kleiner machen, während Männer sich eher größer machen (Fox 2004). Ebenso wird viel Augenkontakt hergestellt oder auch durch Lächeln positives Interesse signalisiert. Ein nicht zu verachtender Faktor ist das körpersprachliche Spiegeln des Gegenübers: „Another positive sign is what psychologists call ‘postural congruence’ or ‘postural echo’: when your partner unconsciously adopts a posture similar to yours. Mirror-image postural echoes – where one person’s left side ‘matches’ the other person’s right side – are the strongest indication of harmony and rapport between the pair“ (Fox 2004).

interpretieren. Dazu auch im weiteren Verlauf des Exkurses zum Flirt die Ergebnisse der Analyse von Email-Liebesbriefen bei Eva Wyss.

⁵² Zum Beispiel gibt es auch den Machtflirt, also ein Machtspiel auf Flirtbasis, vgl. Dieker-Müting (1998: 34).

⁵³ Vgl. dazu die Körpersprache des Flirts bei Fox (2004): “Your eyes are probably your most important flirting tool.” Oder auch: “If your target maintains eye contact with you for more than one second, the chances are that he/she might return your interest. If after this initial contact, your target looks away briefly and then looks back to meet your gaze a second time, you can safely assume that he/she is interested. If these eye contacts trigger a smile, you can approach your target with some confidence“ (im Online-Paper sind leider keine Seitenangaben verzeichnet).

Interessant ist, dass auch ohne nonverbale Mittel Flirt erkannt wird, was man z.B. am „Flirtbrief“ (vgl. Wyss 2006: 14-15) feststellen kann. Mit „Flirtbrief“ ist nach Wyss ein Email-Liebesbrief gemeint.⁵⁴ Wyss sieht gerade im Internet eine geeignete Bühne für Flirts, da durch das Nichtwissen über das Gegenüber und die daraus resultierende Unsicherheit die Möglichkeit des Spiels mit Identitäten, Masken, Inszenierungen eröffnet (vgl. Wyss 2006:14). Flirt resultiert aus der Spannung durch eine gewisse Unverbindlichkeit und spielerische Flüchtigkeit in der verbalen Auseinandersetzung. Flirtende „kokettieren mit gespielter Verwirrung, interessanten Anspielungen, rhetorischen Fragen“ (Wyss 2006: 14) und steuern somit die Aufmerksamkeit des interaktiven Gegenübers.

Sprachlich enthalten Flirt-Texte nach Wyss erotische Anspielungen und Zwei- oder Vieldeutigkeiten „aus semantisch hochwertigem Metaphernmaterial“ (Wyss 2006: 15), sogar poetische Wendungen oder „stereotype Versatzstücke des abendländischen Liebesdiskurses“ (Wyss 2006: 15). Dazu gesellt sich eine oft eher assoziative Themenentwicklung (vgl. Wyss 2006: 15). Dabei stehen nicht „Klarheit (und Deutlichkeit), sondern sprachliche (und persönliche) Attraktivität und Interessantheit [sic!]“ (Wyss 2006: 15) im Mittelpunkt der Interaktion – insgesamt ist die Rede auf Gefallen und „Erwecken von Neugierde und Interesse“ (Wyss 2006: 15) ausgerichtet. „Neben die Zweideutigkeiten kommen erotische oder romantische Namen, vielschichtige Metaphern zu stehen oder es wird zum Zwecke der Selbststilisierung nach Bedarf auch der milieuspezifische Wissensvorrat herbeizitiert“ (Wyss 2006: 15). Dies wird auf sprachlicher Ebene durch „eine sogenannte Sprache der Nähe“ (Wyss 2006:15) realisiert, „fokussiert man jedoch die spielerisch-spielenden Beziehungsgestaltungen, so zeigt sich wenn nicht Distanz so doch bestimmt eine Ambivalenz“ (Wyss 2006:15), beispielsweise durch Beibehaltung einer „emotionalen Distanziertheit“ (Wyss 2006: 15) oder auch Unverbindlichkeit. Auffällig ist dabei auch die Schnelligkeit (schnelle Replys), die das Flirten in der Emailinteraktion kennzeichnet. Flirten hat also mit einer Spontaneität zu tun, muss aktuell sein, zeitnah (vermutlich wegen des Aufbaus von Nähe und dem Zeigen von Interesse).

⁵⁴ Wyss hat allerdings in ihrer Analyse nicht Emoticons mit einbezogen. Der Einsatz von Emoticons beim Online-Flirt wäre für eine Untersuchung des Flirts ein interessantes Feld.

Es besteht außerdem eine Nähe zur Scherzkommunikation oder Ironie (Wyss 2006: 14), um evtl. Rückzugsmöglichkeiten offen zu halten und gleichzeitig auszutesten, wo Grenzen der Flirtbereitschaft des Gegenübers sich befinden.⁵⁵

3.3.2 Unterschied Flirt zum SpeedDating

Über die nonverbalen Mittel im SpeedDating kann ich keine Aussagen treffen, allerdings weist die sprachliche Interaktion der Teilnehmenden eher auf einen Informationsaustausch als einen Flirt hin. Zwar sind auch SpeedDatinggespräche sehr kooperativ gestaltet, aber es finden sich wenige Hinweise auf Ironie, Dramatisierungen, spielerische Beziehungsgestaltung, Zweideutigkeit oder gar erotische Anspielungen.

Was beim SpeedDating vorkommt, ist erhöhte Aufmerksamkeit, die sich auf das Gegenüber konzentriert, Zuwendung und Beachtung (personthematisch). Ebenso kommt es auch zu schnellen „Replies“, die aber eher daraus resultieren, dass man ein sehr zeitbegrenztes „Bewerbungsgespräch“ miteinander führt.

Insgesamt scheinen SpeedDating- und Flirtgespräche doch wenig miteinander gemein zu haben. Wahrscheinlich liegt das an der institutionellen Rahmung des Gesprächs und der Verfänglichkeit eines Flirts, der nicht in das institutionelle *setting* passt und somit sehr markiert wäre. Flirten hat etwas mit Nähe und Sympathie zu tun – die aber im SpeedDating noch erstellt werden muss.

Beim SpeedDating ist das *face potentially at risk* – und Flirten würde eine zusätzliche Gesichtsbedrohung darstellen: Flirt wäre erstens zu offenkundig (weil der andere ja auch schon weiß, dass man partnerschaftsoffen ist) und zweitens würde es vielleicht zu aufdringlich/offensiv wirken oder zu verzweifelt wirken. In diesem Fall könnte es insgesamt die Situation überfordern. Wenn jemand im SpeedDating flirten würde, wäre das eventuell zu „nah“, zu eindeutig, zu offensiv.

⁵⁵ Eigene Überlegungen zum Flirt, die näher überprüft werden sollten, wären, ob es eine Entwicklung von „Insider-Sprache“ gibt, gespielter Emotionalität (in Übertreibungen, Dramatisierungen) und „Sprachspielen“, die höchst assoziativ gebraucht werden - ebenso das Spiel mit Inszenierungen, spielerischem Aufbau von Antagonismus, Austausch von Neckereien, Übertreibungen und an der Oberfläche des Gesprächs (*turn-taking*) starke Kooperativität. Prosodisch und paraverbal wären Lachen, Kicherpartikel und Hauch in der Stimme (vgl. auch Eckert 2004: 25) zu erwarten. Hypothetisch erwartbar ist zudem, dass sich die Spiegelung, bzw. ‚postural congruence‘ (vgl. Fox 2004) nicht nur im Körperverhalten, sondern auch in der Sprache (Syntax, Lexik), im Rhythmus der Sprache, in der Sprachmelodie äußert.

Es geht in erster Linie im SpeedDatinggespräch darum, in einer Passungsüberprüfung die Differenz der sich fremden Teilnehmer/-innen zu überbrücken und die Distanz zu verkürzen. Flirt hat etwas mit Spiel und Verstellung zu tun, im SpeedDating ist es zunächst wichtiger, authentisch zu sein und das Gegenüber kennen zu lernen, bevor man sich auf den anderen „einlässt“ (und dies durch die Kreuzsetzung markiert).

Beim Flirt muss man sich sehr schnell sicher sein, dass der andere mitspielt und man den Flirt gemeinsam produziert (*joint production*). Sonst würde es sich nach Dieker-Müting um eine „Anmache“ handeln (Dieker-Müting 1997: 27).

In SpeedDatinggesprächen gibt es zwar hin und wieder Spielmodalitäten, wie z.B. in „Profis“ oder auch „Sektchen“ oder „Weiter im Text“, in denen gescherzt wird. Bei „Profis“ kommt auch Ironie zum Einsatz, bei „Profis“ und „Sektchen“ wird die Situation spielerisch in das *setting* der Professionalisierung beim SpeedDating gerückt. Hier hat die Ironie aber keinen Flirtcharakter sondern eher eine Entlastungsfunktion für die *face-at-risk*-Situation.

In diesem Fall lässt sich das SpeedDatinggespräch wiederum mit der „Courtshipkommunikation“ – dem Erstkontaktgespräch – vergleichen, in dem zwar Flirts vorkommen können, das „intimere Niveau des Flirts“ in der Regel aber nicht erreicht wird (vgl. Guhr 2008: 27). Dagny Guhr stellt in ihrer Arbeit zur Courtshipkommunikation heraus, dass in den Erstkontaktgesprächen eher Smalltalk und gegenseitiger Informationsaustausch anstelle des Flirts vorkommen und sie damit eine Gesprächsform darstellen, die vor einem Flirt erfolgen. Andererseits fügt sie an anderer Stelle hinzu, dass das Aushandeln und Überzeugen einer weiteren Verabredung oder das Erhalten einer Telefonnummer bei einem Erstkontakt „in weiten Teilen mit der üblichen Vorstellung des Flirtgesprächs zusammenfällt“ (Guhr 2008: 255). Diese etwas ambivalente Argumentation ist ein Hinweis darauf, dass es nicht sehr einfach zu erfassen ist, was genau Flirten ist.

3.4 Courtship

„Sektchen“

106 M: HÄM-
107 also EIgen-
108 ich hab=ich hab mir kUrz darüber geDANKen
gemacht, (.)
109 und (.) bin EIgentlich da:- (-)

110 zur überZEUGung gekOmmen;
111 ich bleib meinem MOTto treu, (.)
112 äh (-) spontAN.
113 S: ja.
114 M: weil (.) ich bin IMmer spontan,
115 auch wenn ich so in=äh=ein(e) in=ner DISko oder
so mal anspreche;
116 äh (.) ich hab nicht irgendWIE so:;
117 ä:h;
118 n SATZ (.) wie (-) äh;
119 kAnnst du mir mal FEUer geben;
120 [oder (.) hast du ne zigaRETte;]
121 S: [((lacht))]
122 M: oder irgendwie SO=n zeug.
123 S: KENN=N wir uns nich?
124 [((lacht))]
125 M: [geNAU (-)äh]

In diesem Gespräch wird Mirko von Sabrina gefragt, ob er sich vor dem SpeedDating Gedanken gemacht habe, was für Fragen man stellen könnte (Z. 103-104). Darauf antwortet Mirko, dass er sich zwar Gedanken dazu gemacht habe, im Endeffekt aber zum Schluss gekommen sei: „Ich bleib meinem Motto treu, äh, spontan.“ (Z. 111-112). Hierauf folgt als Erklärung seines Verhaltens: Er sei „immer spontan“ (Z. 114) selbst in der Disko (Z. 115). Indem er sich im weiteren Verlauf von „Sätzen“ bzw. Fragen abgrenzt, wie „Kannst Du mir mal Feuer geben?“ (Z. 119) oder „Hast Du `ne Zigarette?“ (Z. 120), die für ihn anscheinend typische Fragen darstellen, um Frauen in der Disko anzumachen, hebt er noch einmal hervor, dass sie im Kontrast zu seinem Motto „spontan“ stehen.

Hier wird metakommunikativ der Vergleich von SpeedDating-Fragen bzw. Phrasen, die man sich vorher überlegt hat, zu „Courtship-Opener“ in der Disko gezogen. Beide Gesprächssituationen würden Mirkos Meinung nach diese „Anmach“-Fragen zulassen, die er aber aufgrund seines Charakterzuges „Spontanität“ in keiner der Situationen stellen würde. Sabrina zeigt durch ihr Lachen und der Koproduktion einer ähnlichen „Anmach“-Frage, dass sie diese Art von Sprüchen kennt und Mirkos Haltung dazu positiv würdigt. Die Sprüche scheinen also einer Art Gemeinwissen von „Courtshipkommunikation“ zu entstammen und kulturimmanent als „nicht-spontane“ Sätze bewertet zu werden.⁵⁶

⁵⁶ Damit gehören die „Anmach“-Sprüche zu einem Repertoire, das Thomas Luckmann als Inventar eines „kommunikativen Haushalts“ einer Gesellschaft bezeichnet (vgl. Luckmann 1988: 282f.)

3.4.1 Definition Courtshipkommunikation

Was wird als Courtshipkommunikation bezeichnet?

Nach Dagny Guhr (2008) ist „Courtshipkommunikation [ist] eine Sonderform der interpersonalen Kommunikation, welche sich mit dem Aufbau von sozialen Beziehungen durch Kommunikation beschäftigt“ (Guhr 2008: 17). Sie betrifft speziell die Partnerwerbung, also die Werbung um eine Person, die als potenzielle Partnerin/ als potenzieller Partner einer intimen Beziehung betrachtet wird (vgl. Guhr 2008: 21). Courtshipkommunikation kann, muss aber nicht, mit ernsthaften Beziehungsinteressen an das Gegenüber verbunden sein. Sie kann auch erfolgen, wenn beide Gesprächsteilnehmenden sich bewusst sind, dass der Aufbau einer (intimen) Beziehung unrealistisch ist. Weil die Partnerwerbung nicht ausschließlich ritualisiert verläuft (vgl. Guhr 2008: 20), sondern auch immer eine „spielerische Vagheit“ und Unbestimmtheit enthält (Guhr 2008: 20), ist das Gesicht potenziell bedroht.

In dieser Arbeit ist es deswegen interessant, Courtship mit SpeedDating zu vergleichen, da es sich beide Male um ein „Erstkontaktgespräch“ (Guhr 2008: 26) in der Partnersuche/ Partnerwerbung handelt. Aufgrund dessen könnte man annehmen, dass Courtship und SpeedDating einander sehr ähnlich sind: Im Mittelpunkt der Gesprächsarten steht die wechselseitige Passungsüberprüfung zweier Menschen, bei denen ein mögliches zweites Treffen, bzw. ein Beziehungsaufbau zur Debatte steht (vgl. Guhr 2008: 35).

Courtship hat vor allen Dingen damit zu tun, dass eine/ einer von Beiden das Gegenüber zu einem nächsten Date überzeugen möchte. Deshalb lässt sich die Courtshipkommunikation der „dialogische[n] persuasive[n] Kommunikation im Allgemeinen“ (Guhr 2008: 14) zuordnen.⁵⁷ Die vom Orator (demjenigen, der die andere/ den anderen von sich überzeugen möchte) gewählte Strategie besteht aus dem Hervorbringen eines Nutzaruments, das es als „nützlich“ erscheinen lässt, sich wenigstens ein weiteres Mal mit dem Orator zu treffen, sowie dem Phänomen der

⁵⁷ Ich bin mir darüber bewusst, dass Dagny Guhr in ihrer Topoi- und Argumentationsanalyse keinen gesprächsanalytischen Ansatz vertritt, sondern als Hintergrund ihrer Arbeit die rhetorische Oratortheorie benennt, (die Analyse der Courtship-Gespräche beschreibt sie als Kombination von Toposanalyse, Strukturanalyse und sprechakttheoretisch basierter Analyse (vgl. Guhr 1990/91: 14-15)). Dennoch ziehe ich sie in diesem Falle hinzu, um die SpeedDating-Gespräche mit der Courtshipkommunikation zu vergleichen.

Kompetenzhierarchie.⁵⁸ Das Nutzargument setzt sich wiederum aus der Kombination von Topoi, Schlüssigkeitsmerkmalen, Prämissen und ihren Konklusionen (Guhr 2008: 15) zusammen. Gestützt werden die Prämissen und Schlüsse beispielsweise durch eine Auflistung von Attraktivitätsmerkmalen (vgl. Guhr 2008: 33) und – ebenso wie beim SpeedDating durch die Frage „Und was machst Du so?“ – das Herausfinden von gemeinsamen Interessen, eines *integrating topic* (Guhr 2008: 33). Nach der Webseite der „Forschergruppe Topik und Tradition“ dienen Topoi „als stabile wiederholbare Erwartungsschemata.“ Topoi können anhand von „Schlüsselwörtern“⁵⁹ identifiziert und entfaltet werden, da „jedes Schlüsselwort [ist] sozusagen das Etikett eines Topos“ ist.⁶⁰ Im Ausschnitt von „Sektchen“ (vgl. Kap. 3.4) wären die Fragen: „Kannst Du mir mal Feuer geben?“ (Z. 119) oder „Hast Du `ne Zigarette?“ als ganze „Schlüssel-Fragen“ des Topos „Anmache“ bzw. „Anmachsprüche“ zu identifizieren. Deren Nachteil besteht darin, dass sie im Zuge der Häufigkeit ihrer Verwendung einen großen Bekanntheitsgrad und dadurch eine Abwertung erlitten haben. Damit können sie als Klischee persifliert werden, so wie Mirko und Sabrina es tun.

Im Folgenden werden die SpeedDating-Gespräche genauer auf rhetorische Strategien und den Einsatz von Schlüsselwörtern hin untersucht. Inwiefern werden wie in der Courtshipkommunikation solche gesprächsrhetorische Muster und Verfahren⁶¹ eingesetzt, um das Gegenüber von sich zu überzeugen?

⁵⁸ „Durch ein möglichst spätes Hervorbringen der Konklusion – also ein spätes Anraten der Handlung im Gespräch – entsteht für den Orator ein Kompetenzvorteil, da er in einer ersten Phase des Gesprächs, der ‚glücklichen Phase‘ [Hervorhebung durch die Verfasserin D.G.], ohne wirklichen Widerstand des Adressaten auf sein argumentatives Ziel hinarbeiten kann“ (Guhr 2008: 14).

⁵⁹ Unter Schlüsselwörtern sind hier Wörter gemeint, die den Charakter eines „Schlagwortes“ besitzen und die in der Interaktion eine signifikante Wertigkeit erhalten und spezifische Assoziationen auslösen (vgl. auch Nothdurft 1996). Vgl. auch Schmitt (2003: 213), der die Wichtigkeit der Schlüsselwörter für Inszenierungen herausgestellt hat, besonders wenn eine „Selbstevidenz von provozierender Qualität des Bezugslements“ des Schlüsselwortes eine stark positionsmarkierende, polarisierende Wirkung erzeugt.

⁶⁰ Download: <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/izma/forschung/topik/theorie.html>. (Stand 7.12.2008).

⁶¹ Als „gesprächsrhetorisches Verfahren“ bezeichne ich nach Reinhold Schmitt (2003) „rhetorisches Verhalten unter Bedingungen faktischer Interaktion“ (Schmitt 2003: 189). Hierbei geht es darum, „wie die Beteiligten in einer rhetorischen Weise bei Verfolgung eigener Handlungsinteressen mit den Anforderungen der Interaktionskonstitution umgehen“ (Schmitt 2003: 189). „Rhetorische Verfahren beschreiben strukturell definierte und systematisierbare Anstrengungen der Beteiligten, die unterschiedlichen (und für ihre momentanen Handlungsziele unterschiedlich relevanten) Konstitutionsanforderungen im

3.4.2 Strategien in der Selbstdarstellung

„Kickboxer II“

01 Pe: ich FRAG mich so,
02 es sind ja nur fünf miNUten. (--)
03 Ma: mh? (--)
04 Pe: da kann man doch EIgentlich, (1.5)
05 nIx (--) über jemanden RAUS(.)bekommen.=
06 Ma: =[ne überHAUPT nicht;]
07 Pe: =[das ist doch nur,]
08 (nur=den)EINscht(.)ndruck schieben fünf
[min]Uten,
09 Ma: [ja]

Peter unterhält sich mit Mareike über kommunikative Verfahren beim SpeedDating. Er stellt in Frage, dass man über eine Person innerhalb der gesetzten fünf Minuten wirklich etwas „rausbekommt“ (vgl. Z. 5) und wirft gleichzeitig die These auf, dass man die kurze Zeit ausnutzt, um einen „Eindruck“ zu „schieben“ (vgl. Z. 8). Wie „schiebt“ man einen „Eindruck“? „Eindruck schieben“ impliziert eine Art von Zielgerichtetheit, das strategisch eingesetzte Beeindrucken des Gegenübers, bewusstes *Impression Management*. Provokant gefragt: Wenn man weiß, dass man nur fünf Minuten hat, um einen bestimmten Eindruck zu hinterlassen, bereitet man sich dann nicht, wie beim Bewerbungsgespräch, darauf vor, indem man überlegt, was man dem Gegenüber über sich erzählt, wie man wirkt?⁶²

Ich werde in diesem Abschnitt nun die Gespräche hinsichtlich der Strategien der Selbstdarstellung der SpeedDating-Teilnehmer/-innen nach Heritage (1990/91) untersuchen.

Dienste ihrer eigenen handlungspraktischen Zielorientierung möglichst positiv zu nutzen“ (Schmitt 2003: 189). Vgl. dazu auch Geissner (1981), der rhetorische Kommunikation von phatischer hinsichtlich der „Ziel-Mittel-Relation“ unterscheidet (Geissner 1981: 152) und als „Gesprächsrhetorik“ die „Rhetorik des aktuell Dialogischen“ (Geissner 1981: 153) bezeichnet. Diese ist durch die „intentionale Finalität kommunikativen Handelns“ (Geissner 1981: 159) bestimmt, deren Ziel in „ der Veränderung sozialer Praxis durch gemeinsames Handeln“ (Geissner 1981: 159) liegt.

⁶² Dass „Eindruck schieben“ nur interaktiv geschehen kann, ist mir bewusst: Nur, wenn das Gegenüber es produktiv mitgestaltet, kann man Eindruck „schieben“ und hinterlassen. Da ich in diesem Kapitel allerdings meinen Fokus auf die Strategien des Redners/ der Rednerin lege, werde ich in der Interaktion vermehrt danach suchen, inwiefern es Anzeichen auf Strategien gibt. Da Peter davon spricht, dass jemand aktiv „seinen Eindruck“ schieben kann und nicht davon, dass man sich gegenseitig beeindruckt oder austauscht, sehe ich meine Vorgehensweise, vermehrt auf das Individuum und seine mögliche Intention zu schauen, gerechtfertigt. Dies wird in dieser Arbeit natürlich methodologisch nach der CA erfolgen: Ich werde meine Ergebnisse aus der Analyse der Transkripte gewinnen, indem ich nach

Seiner Ansicht nach gibt es zwei verschiedene Konzepte von Strategien:

Zum einen die Strategie, die vom Redner bewusst geplant und durchgeführt wird (*strategy_{cs}* nach Heritage (1990/91: 314)) und zum anderen die Strategie, die unterbewusst dem Sprechen und Handeln der Personen zugrunde liegt (*strategy_{cog}* nach Heritage (1990/91: 314)).

Das Konzept der *strategy_{cog}* stammt aus dem Bereich der Kognitiven Psychologie und ist in der Verwendung gerade in der Gesprächsanalyse für Wissenschaftler problematisch, da sie nachträglich den Sprechern und damit den Daten als unterschwelliges Handlungsprinzip der Akteure unterstellt wird (vgl. auch Heritage (1990/1991)). Da sie ganz in der *cognitive domain* und damit in einem nicht genau erfassbaren Bereich des Menschen liegen, ist es auch in den Daten nicht eindeutig belegbar, was unterbewusst geplant ist, wodurch unter Umständen Strategien und Intentionen des Sprechers in die Daten hineingelesen werden, die fraglich sind (vgl. Heritage 1990/91: 315). Da sie nicht explizit das Handeln der Sprecher leiten, können sie nur implizit vermutet werden und in die Daten hineininterpretiert werden. Dies ist gerade methodologisch nach der CA problematisch: „the sheer depth of unconscious skill and mastery of conversational procedures in talk is deeply opaque to intentionalist attributions“ (Heritage 1990/91: 328).⁶³

Dennoch gibt es Gelegenheiten, in denen die Interpretation einer dem Gespräch zugrunde liegenden Strategie nahe liegt. So führt Heritage (1990/91: 319-324) als Beispiel einer Strategie eine Frau an, deren zwei Telefongespräche man als bewusst und zielgerichtet bezeichnen und damit der *strategy_{cs}* zuordnen könne. Aufgrund der wiederholten Initiierung eines bestimmten Themas und der Ähnlichkeit in den Beiträgen zu dem Thema, die zu einer bestimmten Pointe führen, wird ersichtlich, dass anscheinend beiden Telefongesprächen eine gleiche Strategie zugrunde liegt.

Unproblematischer ist es dagegen, bewusste Strategien in institutionellen Kontexten zu vermuten. So sagt Heritage: „It is only in institutionalized settings where the participants have mutually identifiable social roles and socially sanctioned goals

bestimmten Verfahren im *turn-taking* suche und meine Interpretation aus den jeweiligen Rezipientenreaktionen ziehe.

⁶³ Heritage merkt an, dass es gerade für Strategien typisch ist, dass sie verdeckt verfolgt werden. Diese *invisibility* ist auch oftmals der Grund für ihren Erfolg (Heritage 1990/91: 327). Demzufolge ist es schwierig, Strategien im Gespräch aufzuspüren – und gelingt oftmals nur, wenn sie nicht gut umgesetzt werden, indem sie beispielsweise zu offensichtlich

[...] that intentional strategies can be ascribed to the participants with substantial confidence" (Heritage 1990/91: 328). Beim Gesprächstyp SpeedDating liegt eine strategische Planung der Selbstdarstellung der Akteure im Voraus nahe, da er ein zielgerichtetes und institutionell arrangiertes Gespräch darstellt. Im Folgenden werde ich also untersuchen, inwiefern sich in den Gesprächen Hinweise auf strategy_{cs} finden lassen. Als Hinweise für eine Strategie gilt es u.a. Musterhaftigkeit in der Rede und Wiederholungen und Regelmäßigkeiten in der Argumentationsweise oder in der Nennung bestimmter Merkmale einer Sprecherin/ eines Sprechers zu finden, wie das Beispiel Heritages verdeutlicht. Die SpeedDating-Gespräche bieten sich für eine Untersuchung von Musterhaftigkeit an, da sie aufeinander folgende Gespräche darstellen, von den gleichen Sprechern produziert werden und laufend hintereinander wiederholt werden.

Meine Arbeitsthese, die es im Folgenden zu überprüfen gilt, ist:

SpeedDating ist, wie das Courtship, in dem Sinn eine strategische und auf Persuasion angelegte Kommunikation, als es mit der Erfragung und Nennung von bestimmten Merkmalen und Elementen in Form von Schlüsselwörtern einhergeht, die einen als attraktiv darstellen sollen und den anderen von sich überzeugen können.

Dazu stellen sich zwei Fragen:

Lassen sich in den Gesprächen Hinweise auf Schlüsselwörter und ihre Topoi⁶⁴ finden, die von den Teilnehmer/-innen regelmäßig eingesetzt und wechselseitig verstanden werden?

Wenn ja: wie werden sie eingesetzt und welche Funktion haben sie?

Ich werde im Folgenden besonders die Selbstdarstellungen der Teilnehmer/-innen untersuchen.

3.4.3 Schlüsselwörter in der Selbstdarstellung

erscheinen, das Gespräch an der Oberfläche sehr markiert ist oder die Rezipienten sogar die Strategien aufdecken.

⁶⁴ Mit Topoi werden hier nicht wie in der Rhetorik Verfahren bezeichnet, Argumente zu suchen, sondern es handelt sich um „inhaltlich verfestigte kommunikative Formen“ (Knoblauch 1995: 306) sozialer Kategorien, also um kommunikative „Gemeinplätze“ (Knoblauch 1995: 306), die beispielsweise in Form von festen Motiven, Klischees und Stereotypen auftreten können und milieuspezifischen Ausprägungen unterliegen (vgl. Knoblauch 1995: 306-307).

„Profis“

181 S: ich hab mal so eine kleine FELDstudie gemacht,
182 für mich privAT,
183 T: mh,
184 S: also (.) ich bin (-) in FREIburg geboren,
185 und dann HAB ich mal so beObachtet.
186 also WENN ich jetzt so sAge; (.)
187 also WENN jemand mich frAgt,
188 JA,
189 wo KOMMST du denn hER,
190 und ich sage;
191 aus FREIburg,
192 dann wird dann IMmer gleich;
193 <<f> ^AH.
194 [^OH. ^SCHÖN.]>
195 T: [^HEY du.^TOLL.] mh,
196 S: und wenn ich geSAGT hab;
197 aus BIElefeld;
198 dann IMmer so-
199 <<p> (-) `ah.> [((lacht ca. 2 Sek. lang))]
200 T: <<im selben Tonfall wie Sabrina>
[`ostwestFAlen.> he,]

Sabrina hat in ihrer – wie sie es nennt – „kleinen Feldstudie“ also folgende Erfahrung gemacht: Bei der Frage nach dem Topos „Herkunft“ hat sie bei den einen Probanden „Freiburg“ (vgl. Z. 191-194), bei den anderen „Bielefeld“ (vgl. Z. 196-199) geantwortet. Während bei „Freiburg“ die Reaktion immer deutlich positiv ausfiel durch ein enthusiastisch anmutendes: „^AH.“, „^OH.“, „^SCHÖN.“ (Z. 193-194) war sie bei Bielefeld durchweg negativ gekennzeichnet durch ein leises, abfallendes: „`ah.“ (Z. 189).

Da die Bewertungen der Probanden immer gleich waren, können sie als stereotype Reaktionen interpretiert und von Sabrina vorausberechnet werden. Wenn sie dementsprechend eine positive Reaktion ihres Gegenübers erhalten möchte, weiß sie, dass sie auf die Frage nach der Herkunft immer mit „Freiburg“ zu antworten hat, da diese Stadt offensichtlich positiver als Bielefeld konnotiert ist. „Freiburg“ fungiert hier also erstens als präferierte Antwort auf die Frage „Wo kommst Du her“ im Gegensatz zu „Bielefeld“ (anhand der Rezipientenreaktion deutlich zu erkennen), zweitens als Attraktivitätsmerkmal für die eigene Person.

Die enge Verbindung von Heimatort bzw. Herkunft und dem eigenen Ich wird auch in dem Gespräch zuvor deutlich:

158 T: ja Irgendwas MUSS[so=n kaff ja;]
159 S: [((lacht ca. 1.5 Sek. lang))]
160 T: ja HAben.
161 ALso. (-)

162 du KANNST ja nIch-
163 du KANNST ja nicht sAgen, (-)
164 also EIgentlich zeichnet uns nichts AUS;
165 wir sind halt SO=n--
166 S: [=das ist leider bei MEInem ORT so.] ((lacht ca. 1 Sek.
lang))
167 T: [=so=n fünfhundertSEelenkaff-]
168 (--)
169 ach SO (.) ne.
170 wo kommst DU denn her;
171 S: also das ist eigentlich kEIn kleiner ORT;
172 Aber;
173 (1.0)
174 äußerst UNbeliebt. (-)
175 BIElefeld.
176 T: mh,
177 ah SO;
178 äh ja (.) JA; (-)
179 ich hab mal davon geHÖRT;
180 ja.

Das „kaff“ (Z. 158), das „Irgendwas“ (Z. 158) haben muss, wird in Z. 164 zu „uns“, die sich durch „irgendwas“ auszeichnen wollen. Diese lexikalische Umkodierung an der Oberfläche ändert nichts an der Bedeutung der Aussage: Man („Kaff“ oder „die Gemeinschaft, die „uns“ kennzeichnet“) muss „irgendwas“ (Z. 158) haben, was es/ sie auszeichnet (vgl. Z. 164). Dies zeigt ein Bedürfnis, sich mit dem Herkunftsort zu identifizieren und ihn und damit auch sich als etwas Besonderes darzustellen, ihn mit „irgendetwas“ auszuzeichnen.

So bemerkt auch Sabrina ein paar Zeilen im Gespräch zuvor, dass jedem Ort irgendetwas Positives zugeschrieben wird:

150 S: [˘O:H (--)] aber irgendwie beansprucht JEder ort;
151 und JEdes dorf Irgendwas;
152 T: JA (-) ;
153 [das:=s]
154 S: <<len/t> [das=s=]ist des=der zenTRALste ort
dEUtschlands;
155 (also) unsererer kULTUR;
156 T: mh,
157 S: den=den höchsten KIRCHturm;>

Es scheint also ein beliebtes Mittel der Selbstdarstellung zu sein, seinen Herkunftsort oder Wohnort durch eine besondere Attributierung („zenTRALste Ort Deutschlands“ (Z. 154) oder „den höchsten KIRCHturm“ (Z. 157)) aufzuwerten und damit auch die eigene Selbstdarstellung positiv hervorzuheben.

Es gibt also einerseits „Schlüsselwörter“ (wie „Bielefeld“ oder „Freiburg“) aus bestimmten Topoi (wie z.B. die Herkunft), die eine bestimmte, kulturell spezifische

(soziale, gesellschaftliche etc.) Wertigkeit besitzen und einen Reiz bei den Zuhörenden auslösen. Andererseits können Wörter, die keinen (positiven) Reiz auslösen (wie relativ unbedeutende Dörfer), durch Attributierung erhöht werden.

Die Aufwertung von unbekanntem Herkunftsorten durch Attributierungen im Superlativ scheint allerdings, wie die „Anmach“-Sprüche, schon im kommunikativen „Haushalt“ der Gesellschaft (vgl. Luckmann 1988) als „Kuckucksei“ verankert zu sein und eine Umkehrung erfahren zu haben: Anstelle die Attraktivität des Ortes durch die Attribuierung zu erhöhen, schließt Sabrina vice versa, dass der Ort gerade dadurch nicht so großartig sein kann – sondern nur ein „dorf“ (Z. 151) ist.⁶⁵

Das Wissen um die soziale Geachtetheit bestimmter Schlüsselwörter und ihrer Reizwirkung kann in der Interaktion gewonnen werden.⁶⁶ Die Erfahrung um die spezifische Wirkung von Schlüsselwörtern kann in Folgegesprächen, wie Sabrina es tut, strategisch dazu benutzt werden, sich selbst aufzuwerten, und präferierte zweite Teile in Frage-Antwort-Sequenzen in der Selbstdarstellung zu produzieren, um damit das Gegenüber zu einer positiven Reaktion zu beeinflussen. Im Grunde heißt dies nichts anderes, als dass das Wissen um die Wertigkeit von Schlüsselwörtern persuasiv und strategisch genutzt und eingesetzt werden kann, um das Gegenüber von sich zu überzeugen.

3.4.4 Weitere Strategien in der Selbstdarstellung

Im Folgenden soll anhand Peters Selbstdarstellung aus den Transkripten „Kickboxer I/ Kickboxer II“ nach sich wiederholenden Mustern gesucht und in Hinblick auf mögliche Strategien untersucht werden. Wie „schiebt“ also Peter einen Eindruck?

⁶⁵ Anders allerdings als in Kontaktanzeigen werden in SpeedDatinggesprächen keine Sternzeichen oder Adjektive, wie humorvoll, treu, lebenslustig, etc. oder Selbstbezeichnung wie „Knuddelbär“ oder „Schmusekatze“ (Beispiele aus der MZ, 18. Oktober, Wochenend-Magazin) genannt. Im SpeedDating wurde auch nicht das Gegensatzpaar Raucher-/ Nichtraucher gebraucht, das bei Partneragenturen im Internet oft im Voraus von der Organisation erfragt wird, um die „passenden“ Partner füreinander zu finden (vgl. auch <http://www.parship.de/docs/public/news/rauchen.xhtml>).

⁶⁶ Vgl. auch Gumperz (1989: 206): „The effectiveness of the strategies that speakers adopt in their efforts to create involvement and to cooperate in the joint development of specific themes depends on their control over a range of communicative options and in their knowledge of the signalling potential that these options have in alluding to shared history, values and mutual obligations. This means that the ability to use linguistic variables, to shift among locally current codes or styles, to select suitable phonetic variants, or prosodic or formulaic options, must form an integral part of a speaker's communicative competence.“

„Kickboxer I“⁶⁷

53 Pe: <<p> HAT auch was;>
54 JA.
55 was kann ich SONST noch erzÄhlen.
56 also meine HOBBYS,
57 das WÄR doch mal wAs;
58 also ich bIn begeisterter (-) KAMPFsportler,
59 Ta: [mh,]
60 Pe: [bin] am KICKboxen;
61 ich bin gAnz ZÄRTlich;
62 ich=ich [TU keinem was,]
63 Ta: [((lacht))]
64 Pe: das hÖr ich nÄmlich STÄNDig so;
65 dann HÖRT man Immer;
66 KICKboxen;
67 t=trainierst du dann auch immer mit den ganzen
TÜRvorstehern;=
68 Ta: =mh,=
69 Pe: =die alle so BRUtal sind;
70 oh nÄ;
71 Ta: [((lacht ca. 1 Sek. lang))]
72 Pe: [oder BOxernase.]
73 hab ich AUCH schon gehÖrt;
74 dass meine nase jetzt total SCHIEF sein mÜsste;
75 Ta: oKAY,
76 ((lacht kurz)) he.
77 Pe: also ich HOFFE sie ist doch noch;
78 Ta: ((lacht ca. 1 Sek. lang))
79 Pe: ziemlich norMAL.
80 Ta: ja DOCH,
81 GEHT.

„Kickboxer II“

39 Pe: JA.
40 was kann man SONST noch fra:gen.
41 Ma: JA.
42 Pe: [(iers-)]
43 Ma: [was hast] DU (.) so für hobbys?
44 Pe: was ICH so für hobbys habe?
45 Ma: mh,
46 Pe: das habe ich AUCH schon (.) erzÄhlt.
47 äh ja=ja=ja,=
48 =is ja KLAR.
49 ÄHM,
50 ich bin (.) begeisterter (.) KICKboxer.
51 ich bin am KICKboxen.
52 Ma: uoah (.) nicht SCHLECHT.
53 Pe: Aber (.) ähm,
54 die ganzen VORurteile,
55 die STIMmen alle nich.
56 ich hab (-) [WEder eine] krumme nAse,

⁶⁷ Das Hobby „Kickboxen“ wird von Peter in jedem SpeedDatinggespräch auf eine ähnliche Art und Weise angeführt. Die Wiederholung der Darstellung seines Hobbys macht er selbst z.B. auch in Z. 44-46 in „Kickboxer II“ deutlich: „was ICH für hobbys habe?“ (Z. 44), „das habe ich AUCH schon (.) erzÄhlt (Z. 46).“

57 Ma: [(lacht ca. 1.5 Sek)]
 58 Pe: noch,=
 59 Ma: =ja geNAU;=
 60 Pe: =noch,=
 61 Ma: =ich wollt grad SAgen;=
 62 Pe: =[noch (.) BIN ich-]
 63 Ma: =[dafür sieht das] <<lachend> gesIcht noch
 einigermaßen norMAL aus>;
 64: Pe: noch BIN ich bruTAL (-) und;
 65: tÜrvorsteher sind AUCh nicht alle meine freunde;=
 66 =(a)lso (.) das ist (.) ganz ANders.
 67 Ma: JA.
 68 Pe: die sind alle LIEB und NETT.
 69 Ma: ((lacht ca. 1 Sek. lang))

In beiden Gesprächsausschnitten verwendet Peter bei der Beschreibung seines Hobbys „Kickboxen“ einen ähnlichen Aufbau in der Struktur und die gleiche Wortwahl.

Als Aufhänger fungiert immer die Frage nach den Hobbys. Diese Frage ist im ersten Ausschnitt selbstinitiiert, im zweiten fremdinitiiert. Bei beiden Themeninitiiierungen ist allerdings ähnlich, dass er damit beginnt: „was kann ich SONST noch erzählen?“ (Z. 55, Kickboxer I) bzw. „was kann man SONST noch fragen“ (Z. 40, Kickboxer II). Beide Male kommt also der Vorschlag zu einem Themenwechsel von Peter, und zwar zu seiner Person.

Darauf nennt er in einer ähnlichen Doppelstruktur, bestehend aus zwei Redebeiträgen, dass er Kampfsportler bzw. Kickboxer ist mit dem Nachschub, dass er „am KICKboxen“ ist (Z. 58-60, Kickboxer I, Z. 50-51, Kickboxer II).

Hierauf folgt sofort eine Abgrenzung von einem seiner Meinung nach stereotypen Bild des Kickboxers, indem er seine vom „normalen“ Kickboxertyp divergierenden Eigenschaften („zärtlich“/ nicht brutal, vgl. Z. 61 und 69 in Kickboxer I), aber auch den Hinweis auf seine körperliche Unversehrtheit („normale Nase“ – Kickboxer II, Z. 56, Kickboxer I, Z. 72f.) und seiner sozialen Verträglichkeit (sein Freundeskreis bestehe nicht, wie Peter interessanterweise sagt, aus „Türvorstehern“ – Kickboxer II, Z 65, Kickboxer I, Z. 67) aufzählt. Als positive Resonanz auf die Nennung dieser Eigenschaften kann man das Lachen der Gesprächspartnerinnen (Z. 63, 71, 76, 78 in Kickboxer I und Z. 57, 63, 69, in Kickboxer II) interpretieren. Diese Eigenschaftsbezeichnungen scheinen also positive Zuhörerreaktionen erwartbar zu machen, damit präferiert zu sein und Schlüsselwort-Charakter zu besitzen. In Kickboxer II würdigt Mareike sogar Peters „Kickboxer“ durch die Bestätigung: „uoah (.) nicht SCHLECHT“ (Z. 52).

Durch die schnelle Vorwegnahme und Entkräftung möglicher stereotyper Vorurteile zum „Kickboxer“, die er implizit seinen Zuhörerinnen unterstellt („das hÖR ich nämlich STÄNdig so.“ Z. 64 und „oder BOxernase. hab ich AUCH schon gehÖrt.“ Z. 72-73 aus Kickboxer I. oder „Aber (.) ähm, die ganzen VORurteile, die STIMmen alle nich.“ Z. 53-55 aus Kickboxer II) und die als Vor-Mitteilungen fungieren, sichert er sich das Rederecht für die folgenden Beiträge,⁶⁸ in denen er sich dann vom Klischeebild des Kickboxers abgrenzt.

Er fordert zwar eine kooperative Übereinkunft über seine distinktiven Merkmale, setzt allerdings gleichzeitig durch, dass er das Rederecht behält, bzw. das Recht hat, den nächsten Sprecher auszuwählen. So unterbindet er quasi Mareikes Versuche einer Co-Produktion der Rede (Z. 61 und 63 in Kickboxer II), indem er seine Rede weiter „durchzieht“. Durch die Selbstinitiierung des Themas „Meine Hobbys“ in „Kickboxer I“ lässt sich zudem vermuten, dass ihm die Nennung seines Hobbys im Zuge der Selbstdarstellung sehr wichtig ist, ebenso wie die durch positive Merkmale unterfütterte Abgrenzung vom „typischen Kickboxer“.

Es zeigt sich hier in Peters Selbstdarstellung durch die Nennung der Schlüsselwörter „Kickboxen“ und „zärtlich“, die er sich zuschreibt, und „Boxernase“ und „Türsteher“, von denen er sich distanziert, ein Oszillieren zwischen zwei Topoi: Zum einen dem Topos des sehr männlichen „Brutalos“ durch die Nennung des sehr exklusiven Hobbys „Kickboxen“, durch das er als etwas Besonderes hervorsteicht, und zum anderen dem Topos der Gesellschaftsfähigkeit und sozialer so wie partnerschaftlich vorzüglicher Eignung, des sensitivbegabten Mannes, indem er sich als „zärtlich“ anpreist und sich somit vom Stereotyp des „Kickboxers“ („Boxernase“ und „Türsteher“ als Freunde) abgrenzt. Zunächst wird also eine Exklusivität erzeugt, die später zugunsten der sozialen Verträglichkeit zurückgenommen wird, was paradoxerweise wiederum gleichzeitig seine Exklusivität unterstreicht: Peter ist somit kein Kickboxer wie alle anderen, sondern ein besonderer, der Stärke (Kickboxer) und Sanftheit/Einfühlsamkeit in sich vereint. Dieses Oszillieren führt allerdings nicht zu einer Divergenz in seiner Selbstdarstellung, vielmehr sind sie als

⁶⁸ Zu Vor-Mitteilungen vgl. Levinson (2000: 379f.). Sie sind Beiträge, die die folgenden Beiträge des Sprechers projizieren. Damit erhalten sie die Funktion eines „tickets“, mit dem sich der Sprecher das Rederecht für die kommenden Beiträge sichert.

aufeinander aufbauende Pluspunkte zu betrachten: Das Merkmal der Exklusivität und zusätzlich „soziale Pluspunkte“ der Konformität.⁶⁹

Durch die Nennung des männlich konnotierten Hobbys „Kickboxer“ in Verbindung mit positiver, vom Stereotyp distinkter Eigenschaften wie „zärtlich“, könnte man die Strategie wie in der Werbung auch als *Impression Management*⁷⁰ bezeichnen mit dem Ziel, sich durch die Hervorhebung von bestimmten persönlichen Merkmalen

⁶⁹ Zu überlegen wäre hier, ob es ebenfalls mit dem Bedürfnis zu tun hat, dem „altercasting“ – dem Drängen in eine bestimmte Rolle durch den Interaktionspartner/der Interaktionspartnerin – zu entgehen (Krappmann 1982: 172), indem man deutlich macht, dass man nicht ausschließlich Kickboxer, Partnerschaftssuchende/-r, Student/-in ist, sondern auch andere Rollen ausfüllt (vgl. Krappmann 1982: 170-171), wie beispielsweise auch in „Schnell reden:“

„Schnell reden“

215 K: aber ich weiß halt NICHT,
216 ob ich mein lEBen lang bei ergotherapie BLEIben will;
217 also im moMENT, (.)
218 SPIEL ich noch mit dem gedAnken,
219 dass ich nach der ausbildung noch mediZIN studieren will.
220 aber DAS is noch so; (--)
221 M: oKAY,
222 K: ein bisschen WAge;

In diesem Gesprächsausschnitt entwickelt Karin eine Rollendistanz zu sich als Ergotherapeutin und erläutert, dass sie sich vorstellen könne, nach der Ausbildung noch Medizin zu studieren. Sie will sich also nicht auf die Rolle der Ergotherapeutin festlegen, sondern eine Vagheit anzeigen (Z. 186) in Bezug auf ihre Zukunft. Durch die Äußerung, dass sie sich auch Medizin vorstellen könne, wertet sie sich gleichzeitig auf, weil Mediziner durch ihr Studium, die Bezahlung und damit auch im Status hierarchisch über Ergotherapeut/-innen stehen.

⁷⁰ Als *Impression Management* bezeichne ich nach Bolino und Turnley ein multidimensionales Modell, das sich auf die Verhaltensweisen von Individuen bezieht, wie sie ihr *Image* in Bezug auf die Außenwelt kontrollieren und organisieren (vgl. Bolino/Turnley 2003: 142). Das Modell beinhaltet fünf Management-Taktiken: „ingratiatiion, self-promotion, exemplification, supplication and intimidation“ (Bolino/Turnley 2003: 142), die individuell unterschiedlich stark ausgeprägt und kombiniert werden können. *Impression Management* wird nicht nur von einer Person aktiv erzeugt sondern meistens interaktiv ausgehandelt – so kann eine bestimmte soziale Gruppe ein bestimmtes *Impression Management* einer Person erfordern, ebenso wie von Gruppe zu Gruppe das *Impression Management* eines Individuums anders erwartet und bewertet wird (vgl. Bolino/Turner 2003: 157). Das „Kickboxen“ ist ein Beispiel für *self-promotion*. Beim SpeedDating wird *self-promotion* generell durch die Aufzählung von Werdegang, Interessen und Kompetenzen am häufigsten verwendet. Ebenfalls findet man beim SpeedDating *ingratiatiion* (beispielsweise in der Formulierung bei Peter, dass er „zärtlich“ ist) und *supplication* (zum Beispiel aus „Wär `ne schöne Sache“, Z. 21 f.: „wär`ne schöne Sache, mal wieder jemanden haben zum was weiß ich; jemanden zum Kuschn“).

„gut zu verkaufen“.⁷¹ „Kickboxer“ als Selbstbezeichnung suggeriert Eigenschaften wie Stärke, Gefahr, körperliche Unversehrtheit, etc. und fungiert hier als „brandable characteristics“ (Lair/Sullivan/Cheney 2005: 333), mit denen man sich als „gutes Produkt“ auszeichnet. *Self-Branding* wird eingesetzt, um insgesamt die eigene Person als Arrangement von Fähigkeiten, Interessen und Auszeichnungen zu einem attraktiven Produkt zu machen, sich zu promoten und sich schließlich selbst als Produkt zu verkaufen. Es setzt eine Objektivierung des Ichs zu einem konstruierten, objektiv erfahrbaren Image des Ichs voraus, das in einer bestimmten kulturellen/ gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Funktion und/ oder mit bestimmten Eigenschaften dargestellt werden kann (vgl. Hearn 2008: 198 oder 213).

Dies kann sowohl bewusst wie auch unbewusst geschehen, da sich Individuen in der westlichen Gesellschaft und Kultur mit *brands* identifizieren, deren Art und Eigenschaften wiederum kulturell geprägt und unterschiedlich sein können (vgl. Hearn 2008: 198).⁷² Das Wissen um Marken wird sowohl individuell verarbeitet als

⁷¹ Wie man auch in der morphologischen Markenforschung die „Marken als Persönlichkeiten“ beschreibt (Müller/Jonas/Boos 2002: 69 oder auch Pförsch/Müller 2006) – Marken also mit einer Bezeichnung versieht, die man normalerweise auf vielschichtige und/ oder charismatische und/ oder originelle Menschen bezieht, und die Marke somit vermenschlicht. Hier wird also der Mensch als Produkt von bestimmten, originellen, ihm eigenen Charakteristika ausgezeichnet, der als „Marke“ die gleichen Merkmale aufweist wie die Marke in der Wirtschaft: Sie steht für ein bestimmtes Produkt, das in uns bestimmte Emotionen, Einstellungen und einen Verhaltensbezug auslöst (vgl. Müller/Jonas/Boos 2002: 67). Die Korrelation zeigt, dass Marken und Persönlichkeiten starke Parallelen in unserer Begriffswelt aufweisen. „Kickboxer“ fungiert hier quasi als „Label“, mit dem sich das „Branded Self“ schmückt. Die Abgrenzung vom Stereotyp „Kickboxer“ enthält quasi zusätzliche Features, die ihn vor allen anderen Kickboxern hervorhebt.

⁷² Sehr interessant ist auch das „Self-Branding“ in „social network websites“ wie facebook oder studivz, das leider in dieser Arbeit nicht eingehender untersucht werden kann. Nur so viel: Allein durch die Möglichkeit, einen Steckbrief von sich dort zu veröffentlichen und in verschiedene „Gruppen“ einzutreten, deren Gruppennamen auf der Seite ersichtlich sind, versieht man sein virtuelles „ich“ mit Labeln – die wiederum auch wieder in den Alltag hineinreichen. Viele Gruppennamen präsentieren in Form eines lockeren Spruches oder Statements spezifische soziale Werte und Zugehörigkeiten, mit denen sich deren Mitglieder identifizieren können. So stellt sich Tanja z.B. in „Kickboxer I“ mit einem ihrer studivz-Gruppennamen vor: „ich bin im STUdivauzet auch in so=ner tollen grUppE drin, so: „JA, ich habe keine ZEIT ich muss LERNen. oke: (.) wann soll ich <<lachend> DA sein?>“ („Kickboxer I“, Z. 127-130) (vgl. zu der Selbstdarstellung auf den social network websites auch Hearn 2008: 210 f. das Unterkapitel: „Virtually Me Inc.“). Zur Erläuterung: Das „Ja, ich habe keine Zeit, ich muss lernen. Ok, wann soll ich da sein?“ ist tatsächlich der ganze Gruppename. Es ist nicht ungewöhnlich, dass der Gruppename dialogische Elemente und mehrere Sätze beinhaltet. Der Gruppename bildet somit ikonisch die Rede ab, die man als Mitglied der Gruppe als eine Art „Wahlspruch“ in der Alltagskommunikation produzieren würde.

auch sozial geteilt und weist damit Parallelen zum symbolischen Interaktionismus auf (vgl. Müller/Jonas/Boos 2002: 70).⁷³

Durch Peters Wiederholung seiner Rede mit genau den gleichen Elementen, die miteinander kombiniert werden, kann man vermuten, dass sie einer Planung und strategischen Umsetzung dieser Planung unterliegt – dass es sich also um vorformulierte Sequenzen handelt. Dadurch, dass er das Rederecht beansprucht und von ihm nur Hörerreaktionen akzeptiert werden, ist die Darstellung seines Hobbys vermutlich als Kleinrede konzipiert. Sie ist in ihrer Wiederholung und verfestigten Musterhaftigkeit ähnlich einer eigenen persönlichen kommunikativen Klein-Gattung, die ihm auf die Frage nach seinen Hobbys als Muster zur Verfügung steht und die er strategisch für seine Selbstdarstellung, bzw. wenn er einen Eindruck „schieben“ will, einsetzen kann. Durch die Selbstinitiierung seines Themas: „Meine Hobbys“ (Z. 56 aus Kickboxer I), das normalerweise eher als zweiter Teil der Frage-Antwort-Sequenz „Was machst Du so?“ oder als Frage nach den Hobbys des Gegenübers erfolgt (wie z.B. in Kickboxer II. Vgl. dazu auch das Kapitel „Was machst Du so“ in dieser Arbeit), wird deutlich, dass er großes Interesse daran besitzt, sich selbst durch sein Hobby darzustellen. Er unterläuft also das normale Gesprächsprozedere, um sich strategisch in Szene zu setzen.

Bei der Selbstdarstellung im SpeedDating wird also nicht nur mit Schlüsselwörtern, die einen attraktiv erscheinen lassen, strategisch gearbeitet, sondern auch mit größeren sprachlichen Mustern, wie z.B. die selbstdarstellerische Inszenierung der Person über mehrere TCUs durch Nennung exklusiver Merkmale, die mit Explikation von gleichzeitiger Gesellschaftskonformität einhergehen. Die Auflistung von Attraktivitätsmerkmalen und das Hervorheben der eigenen Person können wiederum als Prämissen für das Nutzargument gesehen werden, den anderen davon zu überzeugen, dass man positiv angekreuzt wird. Dieses Nutzargument wird in den SpeedDating-Gesprächen zwar nie geäußert, die Prämissen für ein solches werden allerdings von den Teilnehmer/-innen bewusst eingesetzt. Dies beweist, dass beim

⁷³ Ebenso kann das Labeling der Personen, also das Branding, interaktiv realisiert werden, wie z.B. die Klassifizierung von Tanja durch Andi als eine, die ihr Studium schnell hinbekommen hat: „mann MANN. Bist=u=a=hier SCHNELL=ey“ (aus: „So klein ist die Welt“, Z. 144f.).

SpeedDating, ähnlich wie beim Courtship, mit Strategien gearbeitet wird, um das Gegenüber von sich zu überzeugen.

„Strategie“ bezeichnet demzufolge die Verwendung/ den strategischen Einsatz bestimmter individuell von den Teilnehmer/-innen (z.T. aus empirischen Erfahrungen früherer Gespräche gewonnener) vorbereiteter und damit vorgeformter sprachlicher Muster, die in ihrer Größe variabel sind (von Schlüsselwörtern bis hin zu Selbstdarstellungen über mehrere TCUs) und die in SpeedDatinggesprächen intentional eingesetzt werden, um das Gegenüber von sich zu überzeugen. Dadurch, dass sie als zweite Teile von Redebeiträgen eingesetzt werden können, stellen sie eine Art Entlastungsfunktion dar.

3.4.5 Zusammenfassung Courtshipkommunikation

Es gibt also in SpeedDatinggesprächen durchaus ein Bewusstsein über eine bestimmte Wirkung verschiedener Aspekte der Selbstdarstellung (siehe „Bielefeld-Feldstudie“ aus „Profis“). Ebenso gibt es Hinweise auf bestimmte, vorgeformte Muster und Redebeiträge, die in die Selbstdarstellung mit einfließen (siehe „Kickboxer“), um sich hervorzuheben. Es werden in einer Art *Impression Management* Attraktivitätsmerkmale von sich genannt und ähnlich des Self-Brandings mit Stereotypen operiert, die als Bezugsobjekte herangezogen werden (vgl. das Stereotyp des Kickboxers), um sich mit ihnen zu vergleichen und gegebenenfalls dann davon abzugrenzen. Da die SpeedDatinggespräche strategisch geplant werden und persuasiv orientiert sein können, sind sie der Courtshipkommunikation ähnlich.

Im Unterschied zum SpeedDating erfolgt Courtshipkommunikation meistens spontan und unterliegt keiner zeitlichen Restriktion und keiner institutionellen Verankerung. Anders als beim SpeedDating sucht mindestens einer der beiden Gesprächspartner die/ den andere/-n aus subjektiven Gründen (meist, weil er die/ den andere/-n attraktiv findet) aus und muss versuchen, ein Gespräch zu beginnen. Dies erfordert vom Orator, also demjenigen, der das Gespräch und die Gesprächspartnerin/den Gesprächspartner strategisch auf sein/ihr Ziel hinsteuern will (vgl. Guhr 2008: 14), einen besonders guten „opener“ (Guhr 2008: 33), also eine eigeninitiierte Anredephase, wie z.B. eine „Anmache“. Diese sollte möglichst erfolgreich sein, denn

anders als beim SpeedDating hat man nicht schon fünf Minuten miteinander „sicher“, sondern muss die erste Minute „überleben“ – der Orator muss also, wenn er an einer Erstellung einer Beziehung interessiert ist, einen möglichst positiven Eindruck machen um dem Gegenüber zu verdeutlichen, dass sich die Fortführung des Gesprächs lohnt. Für den Erfolg des Courtships ist die Zustimmung des Adressaten zum Nutzargument erforderlich (vgl. Guhr 2008: 249).

Argumentation ist in der Courtshipkommunikation wichtiger als in SpeedDatinggesprächen, da man dort, wenn man das Gegenüber zu einem nächsten Treffen überzeugen möchte, Nutzargumente vorbringen muss, um sein eigenes Gesicht und das des Gegenübers zu schützen – *face-work* zu betreiben (Guhr 2008: 13) – und zwar, indem man unter Verwendung des Nutzarguments den Grund eines nächsten Treffens von persönlichem Interesse auf „die Ebene unpersönlicher rationaler Gründe“ (Guhr 2008: 256) verschiebt.⁷⁴

Da beim SpeedDating die Notwendigkeit, selbst den Folgekontakt im Gespräch zu sichern, entfällt, weil dies von der SpeedDating-Organisation übernommen wird, müssen weder Nutzenargumente oder Konklusionen, wie in den Courtship-Gesprächen (vgl. Guhr 2008: 213-219) formuliert werden, noch ist ein *Cooling Out* – also das höfliche Abwehren des Gegenübers (vgl. auch Guhr 2008: 67)⁷⁵ – vonnöten, denn beim SpeedDating erfolgt das Ablehnen des Gegenübers durch ein heimlich gesetztes Kreuz. Es wird im SpeedDatinggespräch selbst nicht ausgehandelt (normalerweise), ob man beim Gegenüber „landet“ oder scheitert. Demzufolge ist man anders als bei der Courtshipkommunikation nicht so sehr einem Gesichtsverlust ausgesetzt.

Im Folgenden werfe ich noch einen genaueren Blick auf charakteristische kommunikative Verfahren des SpeedDatings.

3.5 Bipolare Alternativfragen

⁷⁴ Indem man versucht, durch pragmatische Argumente auf positive Folgen eines nächsten Treffens hinzuweisen (zum Beispiel durch den Hinweis auf eine bestimmte Ursache-Wirkungs-Folge, Exklusivität, Autorität oder ex negativo durch Schaden, der ausbleibt), also den Nutzen für sich sprechen lässt ohne das eigene persönliche Bedürfnis zu äußern, wird durch eine Absage nicht das eigene Gesicht verletzt sondern nur ein rationaler Grund nicht beachtet.

⁷⁵ Der Begriff des *Cooling out* geht auf Goffman (1952: 456) zurück und kann auf alle Situationen übertragen werden, in denen Zurückweisungen so formuliert werden, dass dem Zurückgewiesenen die Möglichkeit offen bleibt, sein Gesicht zu bewahren.

Wie das Beispiel von Ferrero (vgl. Einleitung) zeigt, hat sich das SpeedDating bis in die Werbung durchgesetzt und tritt dort in komprimierter Form zu Tage. Um die Situation des SpeedDatings abzubilden, werden nicht nur speeddating-typische Elemente des Settings eingesetzt (wie bspw. ein Tisch mit zwei Sitzplätzen, eine Uhr, ein Ankreuzzettel mit „ja“ oder „nein“), sondern es erfolgt auch ein SpeedDating-Gespräch zwischen der Milch und der Schokolade.

Im Vergleich mit den SpeedDating-Gesprächen aus Münster ist mir aufgefallen, dass ein Frageformat, das im SpeedDating des Werbespots von der Schokolade verwendet wird, auch häufiger in den Daten auftritt und darüber hinaus von den Teilnehmer/-innen als Frageform interpretiert wird, die typisch für das SpeedDating ist, und zwar die Frageform aus Z. 8 des Werbespots:

```
08      SCH:  mh (.)´geNUSSmensch oder `HEKtiker;
```

Diese Frage erfolgt nach einer gegenseitigen Begrüßung in einer Staffelung von Fragen, welche die Schokolade im Sinne einer Passungsüberprüfung an die Milch richtet. Nach Beantwortung einer Frage erfolgt sogleich die nächste. Dies spricht zum einen dafür, dass die personthematische Ausfragung akzeptiert und damit legitimiert ist, und zum anderen, dass, wenn Antworten erfolgen, welche die Passung bestätigen (wie es hier der Fall ist), zur nächsten Frage übergegangen werden kann und nicht erst eine Begründung der Antwort abgewartet werden muss. Ebenso fällt auf, dass die Frage „´geNUSSmensch oder `HEKtiker“ (Z. 8) durch ein „mh“ und eine Minimalpause eingeleitet wird, was die folgende Antwort rhythmisch und prosodisch aufgreift. Durch die Einleitung mit „mh“ wird die Frage, die eine sehr knapp gehaltene „entweder-oder“-Frage darstellt, vom vorherigen Redebeitrag ein wenig abgetrennt, so dass sie zum einen mehr für sich alleine steht, durch das „mh“ aber schon angekündigt und abgemildert wird. Die beiden mit „oder“ verbundenen Nomina werden beide gleich stark betont und durch einen spezifischen Tonhöhenverlauf gekennzeichnet: „Genussmensch“ wird prosodisch nach oben geführt, „Hektiker“ nach unten.

Die Milch leitet ihre Antwort mit einem in der Tonhöhe nach oben gezogenem „↑ah“ (Z.9, vgl. dazu Ka. 2.1, in dem das vollständige Transkript steht) und einer Minimalpause ein, um möglicherweise Überlegungszeit zu signalisieren oder aber um ihre Antwort anzukündigen, und antwortet schließlich souverän, in dem sie sich

einem der beiden Typen von Menschen eindeutig zuordnet: „`geNUSS“ (Z.9), mit einem Tonhöhenverlauf nach unten.

Die Frage bezieht sich auf die Gegenüberstellung von zwei unterschiedlichen Sozialtypen: Den Genussmenschen und als Alternative das negative Gegenstück Hektiker.

Im weiteren Verlauf der Untersuchung werde ich nachweisen, dass es sich bei diesen Frageformaten auch um eine Aktivierung von Sozialkategorien handelt, die wie bei einem Bewerbungsgespräch den Teilnehmenden die Möglichkeit geben „verschiedene Denk-, Gefühls- und Handlungsmuster“ (Lepschy 1995: 189) miteinander abzugleichen und sie als Prädikationsgrundlage für die Passungsüberprüfung zu nutzen. Desweiteren werde ich untersuchen, inwiefern diese Frage ein typisches Muster für das SpeedDating darstellt.

In meinen Daten gibt es Beispiele gleicher Art für diese Frage in Form von „´pizza oder `NUdeln“ (aus „Pizza oder Nudeln“, vgl. Z. 72-123), „´BIER oder `WEIN“ (aus „Bier oder Wein“, Z. 35) oder auch „↑PRINT oder ↓ONline“ (aus „Profis“, Z. 69).

Was kennzeichnet dieses Frageformat im Allgemeinen?

Es besteht aus zwei mit „oder“ verbundenen Nominalphrasen, die größtenteils auf die Nomina reduziert und verblos sind (Ausnahme wären die mit „oder“ verbundenen Adjektivphrasen: „lieber ´Öko, oder lieber `BILlich.“ aus „Pizza oder Nudeln“, Z. 130-131, vgl. auch Kap. 3.5.2). Bei den Nomina handelt es sich um zwei Pole einer bestimmten sozialtypologischen, gesellschaftlichen Kategorie, die einander als Alternativmöglichkeiten gegenübergestellt werden und zur Selbstpositionierung bzw. Zuordnung zu einem der beiden Pole auffordern. Da es sich um immer zwei Pole handelt, die mit „oder“ miteinander verbunden werden, halte ich es für angebracht, hier von bipolaren Alternativfragen zu sprechen. Ich werde im Folgenden diesen Terminus für dieses Frageformat verwenden.

Beide Nomina werden stark betont – und zwar gleich stark – und durch die große lokale Tonhöhenbewegung vom Rest der Rede hervorgehoben. Man könnte sogar fast sagen: „inszeniert“. Durch die Umkehrung der Akzentsequenzen (steigend auf der ersten Betonung, fallend auf der zweiten) wird eine Art von Gegenüberstellung der beiden mit „oder“ verbundenen Teile der Frage impliziert (vgl. auch Selting

1995: 138) und die komplexe Frage zudem prosodisch kohäsiv konstruiert.⁷⁶ In der Melodieführung⁷⁷ bilden sie durch die Rahmung der Akzente eine starke Geschlossenheit der Frage. Das Frageformat wird durch eine fallende Kadenz am Satzende gekennzeichnet.

Es gibt allerdings Ausnahmen bei den Fällen, in denen eine Häufung der bipolaren Fragen vorliegt wie beispielsweise in „Weiter im Text“ (Z. 14-15, vgl. auch den größeren Transkriptausschnitt in Kap. 3.5.3):

12 Ti: JA.
 13 weiter im TEXT,
 14 **PIZZa oder PASTa,**
 15 **bIER oder WEIN.**
 16 (1.2)
 17 Ta: HÄ? ((lacht für ca. 1 Sek. laut auf))
 18 Ti: [((lacht für ca. 1 Sek.))]
 19 Ta: [((lacht für ca. 1 Sek.))] alles KLAR.
 20 Ti: sind doch so STANdardfragen für sO=n; (---)
 21 Ta: Ä:H.
 22 ↑PASTa,
 23 und WEIN.

Hier werden beide Nomina der ersten Frage steigend betont, bei der zweiten Frage liegt allerdings dann wieder eine umgekehrte Akzentsequenzierung vor. Durch die Häufung bzw. Reihung der Fragen wird die Reihung auch durch den steigenden Akzent der letzten Hauptsilbe der ersten Frage projiziert, lässt also erkennen, dass der Redebeitrag noch nicht zu Ende ist.⁷⁸ Auch ist die Tonhöhenbewegung nicht ganz so eklatant wie in den anderen Beispielen. Dies könnte daran liegen, dass die Fragen sich hier auf Tanjas „und WEIter im text“ (Z. 4) beziehen, womit sie auf das fließbandmäßige Abarbeiten der Datingpartner rekurriert. Dennoch ist es bemerkenswert, dass Tanja auf die Frage so auffällig prosodisch mit den gleichen Tonhöhenbewegungen wie in den anderen Beispielen der komplexen Fragen

⁷⁶ Vgl. Selting 1995: 137/138, bei der sie unter der Bestimmung der „Umkehrung von Akzentsequenzen“ auch eine „entweder-oder“-Formulierung als Beispiel angibt, die durch ihren bipolaren Aufbau eine große Nähe zu den bipolaren Frageformaten in dieser Arbeit aufweist.

⁷⁷ Zum Begriff Melodieführung vgl. Lemke (2006: 124-127): Melodieführung bezeichnet die Veränderung der Tonhöhe im Verlauf einer Äußerung im Zusammenspiel mit Sprechtempo und Sprechspannung. Die melodische Gestaltung findet besondere Bedeutung in der Endphase (Endmelodie) einer Äußerung: fallend, steigend oder schwebend.

⁷⁸ Hiervon auch noch einmal zu unterscheiden: Die Aufzählung der komplexen Fragen, bzw. Thematisierung der Fragen in „Weiter im Text“, in denen die Akzente aufgrund des Metagesprächs über die Frageformen verschoben sind. Die Fragen werden hier nicht gestellt sondern aufgezählt.

reagiert und sie damit ihr Verstehen und ihre Interpretation der Frage als bipolare Alternativfrage kennzeichnet.

Die Antwort auf eine komplexe Frage wird zunächst mit der Bestätigung eines der Nomina (bei „lieber ´öko oder lieber `BILlich?“ (Z. 130-131) mit der Bestätigung einer der einander gegenübergestellten Adjektivphrasen) in fallender Akzentuierung gegeben, später dann erweitert.

Auf gekoppelte Fragen, wie „Pizza oder Pasta, Bier oder Wein?“, erfolgt eine gekoppelte Antwort. Ebenso werden die Fragen von Lachpartikeln oder auch ganzen Sequenzen begleitet, was sowohl eine Spielmodalität wie auch ein Verfahren zur Distanzierung bezeichnen kann.

3.5.1 Kontext der bipolaren Alternativfragen

Das Frageformat der bipolaren Alternativfragen wird im Gespräch vor dem Hintergrund der Passungsüberprüfung produziert und entspringt der Überlegung (oft im Vorfeld des SpeedDatings) was man sagen und fragen könnte, wie in „Vanille oder Schokolade“ (Z. 16-26). Hier haben z.B. die Freundinnen vorgeschlagen, diese Fragen im SpeedDating zu stellen (Z. 22). In „Pizza oder Nudeln“ erklärt Karin, dass sie sich im Vorfeld eine Liste mit Fragen bzw. Kategorien, die man erfragen könnte, erstellt habe (Z.63-74). Dies zeigt zum einen, dass die Kenntnis über dieses spezifische Frageformat sehr verbreitet ist, zum anderen, dass diese Art von Fragen für ein SpeedDating als angemessen angesehen wird. Dies wird von den Rezipienten auch bestätigt wie in „Pizza oder Nudeln“ (Z. 74-86), in dem der Rezipient die Frageform wiedererkennt (aus dem Film „Shoppen“) und als zum SpeedDating gehörig klassifiziert. Beim Ausschnitt „Weiter im Text“ wird die bipolare Alternativfrage nicht nur als „STANDARDfrage“ (Z. 20) für ein SpeedDating ausgezeichnet, sondern die Rezipientin Tanja akzeptiert dies auch sofort und liefert die „passende“ Antwort: „↑PASTa, und ↓WEIN.“ (Z. 22-23).

Mit den Fragen kann auch auf aktuelle Umstände angespielt werden (in „Bier oder Wein“, Z. 32-38, das Bringen der Getränke durch den Kellner). Damit wird auch mit dem Format gespielt, was ebenso durch das beidseitige Lachen angedeutet wird.⁷⁹

⁷⁹ Hier erscheint die Frage allerdings nur als kleines Intermezzo, als Begleitung des Getränkeservierens angesehen zu werden. Die Antwort „`BIER.“ auf Timos Frage „ja ´BIER oder `WEIN.“ ist durch das Bier offensichtlich, das gerade zu Sabrina gebracht wird.

Ähnlich scheint es sich auch in „Profis“ bei der Frage „↑PRINT oder ↓ONline“ (Z. 69). durch die starke prosodische Markierung und dem beidseitigen Lachen um ein Spiel mit dem Frageformat zu handeln – wobei es dennoch auffällig ist, dass, obwohl es durch Prosodie und Lachen abgeschwächt ist (was beides auf Ironie schließen lassen), dennoch eine ernsthafte Antwort hierauf erfolgt. Die Gefragten nehmen die Einladung des Fragenden also gerne als Aufhänger zur Selbstdarstellung bzw. Selbst-Einordnung an.

Außerdem zeigt der Aufgriff des Frageformats von Karin durch Timo und Weiternutzung in den Folgegesprächen „Bier oder Wein“, „Weiter im Text“, dass diese Fragen durchaus als sehr nützliche und weiterverwendbare Frageformate erachtet werden.

3.5.2 „Pizza oder Nudeln“

Im Folgenden wird im Einzelnen besonders auf zwei Gesprächsausschnitte eingegangen, nämlich auf den Ausschnitt aus „Pizza oder Pasta“ und aus „Weiter im Text“, da sie das Frageformat und seine Interpretation seitens der Rezipienten höchst interessant abbilden.

„Pizza oder Nudeln“

63 K: ja so;
64 also ich hab mal überLEGT,
65 mh (.) SCHEIße;
66 was kann ich FRAGEN;
67 und ähm;
68 ich HAB so; (-)
69 so ne:- (--)
70 so was AUFgeschrieben
71 irgendwie so kategoRIen;
72 so ´bIER oder ´WEIN,
73 ´pIzza oder `NUdeln oder so=n zeugs,
74 so HALT,
75 T: das ist aber glaube ich von SHOPpen;
76 Oder?
77 K: HÄ?
78 T: ´bier oder ´WEIN,
79 ´pizza oder ´Nudeln?
80 IST das nicht irgendwie-
81 kennst du den film SHOPpen?
82 K: nein.
83 T: da geht=s AUCH um so=ein (.) S=SPEEDdating;
84 K: [JA?] [aha,]
85 T: [und] da wird [immer] SO ne () äh;
86 <<all> ´bier oder ´WEIN;=
87 =´pizza oder `NUdeln;>
88 K: ((lacht ca. 1.5 Sek lang))

89 T: ja oKE:;
90 da==
91 K: =NE:;
92 aber ich HAB mir da halt;
93 irgendwie so eine LISTe geschrieben;
94 also nur so aus SCHEIß;
95 hab nicht geda=geDACHT,
96 irgendwie so AN=wenden oder so;
97 finde ich voll BLÖD;
98 so ZACK ZACK,
99 ´bier [oder †WEIN;]=
100 T: =<<all> [´BIER oder ´WEIN,]=
101 K: =[´PIzza-]=
102 T: =[´PIzza] oder `NUdeln oder so;>
103 ist doch `GUT.
104 ja ´BIER oder `WEIN. (.)
105 K: `BIER. (-)
106 T: ´pIzza oder ´NUdeln?
107 K: <<lachend> `NUdeln. hh> (--)
108 T: JA. (---)
109 NUdeln find ich auch gut.
110 K: ((lacht ca. 1.5 Sek. lang))
111 T: NUdeln kann man=m:,
112 naja [ich-]
113 K: [ich] find es kommt immer drauf AN. (-)
114 also (.) wenn ich zu HAUse,=
115 =wenn ich selber KOche,
116 dann mach ich halt NUdeln?
117 wenn ich irgendwo HINGehe,
118 dann würd ich PIZza bestellen.
119 (1.0)

Timo erkennt die Fragen von Karin als Element aus dem Film „Shoppen“ (Z. 75 f.) wieder, bei dem es ebenfalls um ein SpeedDating geht. Da Karin die Fragen zunächst nicht ernsthaft stellt (sondern sie als mögliche Fragen lediglich präsentiert), weil sie ihr zu „ZACK ZACK“ (Z. 98) gehen, hat Timo die Möglichkeit die Fragen von Karin aufzugreifen und sie wiederum ihr zu stellen. Er hat sich also nicht selbst für diese Kategorien und ihre Distinktion entschieden, weiß aber sofort etwas damit anzufangen. Er übt sowohl dadurch, dass er in ihrer Rede anfängt zu sprechen und sich durchzusetzen als auch durch die Ergreifung ihrer Fragen Macht aus und setzt Karen somit unter Druck.

Er trennt beide Frageformen „´BIER oder `WEIN“ (Z. 104), „´pIzza oder ´NUdeln?“ (Z. 106) voneinander und stellt nach der Beantwortung von „Bier oder Wein“ sofort die nächste Frage. Bei der zweiten Antwort „`NUdeln.hh“ (Z. 107) fügt er eine Bestätigung der Antwort hinzu in Form von „JA.“ (Z. 108) und eine Bewertung in Form von „NUdeln find ich auch gut.“ (Z. 109).

Hier sieht man, dass die Antwort „`Nudeln“ von Karin für Timo die Option bietet, entweder weitere Fragen zu stellen oder aber sich selbst ebenfalls bei der Option zu positionieren.⁸⁰

Durch die Bestätigung, dass er Nudeln auch gut findet, ist gleichzeitig von beiden ein Aufhänger gefunden worden, sich nun weiter über das Thema Nudeln und Essen im Allgemeinen zu unterhalten.

```
124   K:  <<lachend> ja=ha;>
125       DAran liegt das wahrscheinlich. (.)
126       Oder, (-)
127       was kann man denn NOCH fragen;
128       LIEber;
129       (---)
130       lieber `Öko,
131       oder lieber `BILlich.>
132   T:  <<lachend> lieber `BILlich.>
133   K:  <<lachend> JA=hh?>
134       (3.0)
135   T:  `KAUF nicht ein.
136       <<lachend> geh immer in=de MENsa.>
```

Anders als im Werbespot, in dem die Milch sich dem „Genuss“ und damit der positiv konnotierten Kategorie zuordnet, was sehr erwartbar ist, da „Hektiker“ sozial eher negativ belegt ist, ordnet sich Timo hier dem „billig“ zu (Z. 132). Die Frage scheint zwar die Möglichkeit zu bieten, sich zu einem eher negativen Wert zu positionieren, fordert aber darauf einen *account*. Dies zeigt sich in der Rückfrage „JA=hh“? (Z. 133) von Karin, das durch das Lachen allerdings abgeschwächt wird, und dem tatsächlich erfolgenden Ausweichversuch einer Begründung Timos: „`KAUF nicht ein. geh immer in=de MENsa.“ (Z. 135-136). Also ist hier eine gewisse Differenz zwischen Karin und Timo zu vermuten, die aber durch die Suche nach Gemeinsamkeiten später wieder nivelliert wird: Beide finden heraus, dass sie Bioeier benutzen (vgl. Transkript „Pizza oder Nudeln“ Z. 137-174).

Im Unterschied zum Beispiel aus der Werbung, in der die Ein-Wort-Antworten der Milch nicht weiter begründet werden (da die Passung von Milch und Schokolade im Werbespot sowieso offensichtlich ist), wird in meinen Beispielen die Antwort oftmals

⁸⁰ Als Topoi für die bipolaren Alternativfragen werden häufig Gegensatzpaare aus dem kulinarischen Bereich genommen. Dies könnte als Grundstein einer Prämisse erscheinen, in einem zweiten Date miteinander essen zu gehen.

erweitert, so dass sich folgende grobe Struktur herausarbeiten lässt: Frage (plus Legitimation der Frage) – Antwort – Bestätigung – *account*.⁸¹

Der *account* ist offenbar für das *face-work* relevant, da er bei der Antwort auf die bipolare Frage die Distanzierung von der eigenen Position, Erweiterung des Spektrums durch Erläuterung der eigenen Position öffnet. Dies schützt die Sprecherin/ den Sprecher gegebenenfalls präventiv, wegen der persönlichen Meinung angegriffen zu werden. Andererseits ist es aber auch eine strukturimplizite Erläuterung, die mit der Frage zusammenhängt und der Reaktion nach auch erwartet wird. Der *account* in Bezug zur gewählten Positionierung in eine der Sozialkategorien wird nicht sofort bei der ersten Antwort auf die bipolare Frage geliefert, sondern meist erst an sechster Stelle (nach dem Akzeptieren der Antwort des Fragestellenden).

Das Ausbleiben des *accounts* beim Ferrero-Werbespot führt zu der Frage, ob dies in der Verknappung des SpeedDatings und der Kürze der Story resultiert oder durch die Reduzierung auf das eigentlich Relevante nicht sogar ein prototypisches SpeedDatinggespräch abbildet.

3.5.3 „Weiter im Text“

```
„Weiter im Text“
01   Ti:   <<all> [GRÜß dich.] =
02   Ta:   [↓`JA.      ]
03   Ti:   [TImo.   ] >
04   Ta:   [und WEI]ter [im ] text.
05   Ti:   [HI.]
06   Ta:   TAnja.
07   Ti:   HI. (-)
08   Ti:   WEiter im text? (-)
09   Ta:   ja; (-)
10   Ti:   HALT;
11   Ti:   (1.0)
12   Ti:   JA.
13   Ti:   weiter im TEXT,
14   Ti:   `PIZZa oder `PASTa,
15   Ti:   `bIER oder `WEIN.
16   Ti:   (1.2)
17   Ta:   HÄ? ((lacht für ca. 1 Sek. laut auf))
18   Ti:   [((lacht für ca. 1 Sek.))]
```

⁸¹ Als *account* bezeichne ich hier eine Rechtfertigung für eine Antwort und gegebenenfalls eine Korrektur, welche die Antwort, die zunächst eine eindeutige Einordnung einer Person in eine Sozialkategorie erfordert, ein Stück weit revidiert und die Kategorie erweitert.

19 Ta: [((lacht für ca. 1 Sek.))] alles KLAR.
 20 Ti: sind doch so STANdardfragen für sO=n; (---)
 21 Ta: Ä:H.
 22 ↑PASTa,
 23 und ↓WEIN.
 24 Ti: JA.
 25 nicht SCHLECHT.
 26 Ta: also ja Gut.
 27 ´PIZza oder ´PASTa,
 28 TUT sich gar nicht so viel;
 29 ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>
 30 aber ↑BIER trink ich `gAr nicht.
 31 in dem sinn auf jeden fall `WEIN.=
 32 Ti: =GAR nich?
 33 Ta: ja so MIXplörre schon ma:l;
 34 A:ber;
 35 Ti: ah SO.
 36 Ta: norMAles bier mag ich nicht.

Tanja produziert „und WEIter im text“ (Z. 4) anstelle einer expliziten Begrüßung Timos und missachtet zunächst seine Begrüßung (Z. 1). Dass dies gerade in der Gesprächseröffnungsphase⁸² eher ungewöhnlich ist, wird auch durch Timos Nachfrage (Z. 8) deutlich. Timo produziert hier in Anlehnung an Tanjas gesprächseinleitende Routineformel „weiter im Text“ die nach seiner Meinung „STANdardfragen“ (Z. 20) darstellenden Fragen: „´PIZza oder ´PASTa, ´BIER oder ´WEIN“ (Z. 14-15), die hier zu einer kombinierten Frage miteinander verbunden werden. Seine Produktion von den „Standardfragen“ kann als Reaktion auf Tanjas anfänglichen *face-threatening-act* verstanden werden.⁸³ Gleichzeitig fungiert das Stellen der Fragen als Wiederherstellung von gesprächsimmanenter Symmetrie, indem Timo nun seinerseits die Gesprächsführung übernimmt und Tanja mit den „Standardfragen“ konfrontiert.

Tanja reagiert auf Timos Fragen zunächst mit Unverständnis („HÄ?“, Z. 17) und Lachen. Daraufhin lachen beide, das Tanja mit einem „alles KLAR“ (Z. 19) beschließt.

Durch ihre Frage „HÄ?“ (Z. 17) könnte man meinen, dass sie die Fragen Timos nicht verstanden hätte, woraufhin Timo tatsächlich in Z. 20 eine Erklärung liefert. Hierauf liefert sie ebenfalls in kombinierter und prosodisch stark markierter Form die

⁸² Vgl. auch Levinson (2000: 336f.).

⁸³ Der *face-threatening-act* ist die Unterlassung Timo zu begrüßen und anstelle dessen eine gesprächseinführende Redewendung zu produzieren, die sich auf die Routineförmigkeit des SpeedDatings bezieht und Timo als ein Element einer sich wiederholenden Handlung degradiert. Danach erfolgt auch die Unterlassung eines accounts ihrer Timo wenig wertschätzenden Begrüßung.

Antwort: „ÄH. ↑PASTa, und ↓WEIN.“ (Z. 21-23). Da Timo Tanja zuvor allerdings nicht erklärt hat, was genau er mit den Fragen meint, Tanja sie dennoch adäquat beantworten kann, ist es wahrscheinlicher, dass sie nur Timos Begründung für das Stellen der Fragen einfordern oder Planungszeit für ihre Antwort brauchte. Timo begründet nur, dass es in Hinblick auf die Situation gerechtfertigt sei, solche Fragen zu stellen, da es sich bei ihnen um „Standardfragen“ für ein SpeedDating handele. Es zeigt sich in ihrer Antwort und im folgenden Dialog, dass sie die Frage nach Pizza oder Pasta, Bier oder Wein sofort als Frage danach verstanden hat, was für ein Typ sie ist: Eher die Biertrinkerin oder die Weintrinkerin.

Auch hier erfolgt wieder ein *account*, indem sie ihre Antwort und damit ihre erstmalige Einordnung zu Pasta und Wein erweitert: Während sie sich nicht für einen Typus „Pasta“ und den Typus „Pizza“ entscheiden kann (Z. 27-28), es für sie also Kategorien darstellen, die miteinander vereinbar sind und gemeinsam auftreten können, ist für sie Bier im Gegensatz zu Wein unvorstellbar (Z. 30). Im Folgenden entwickelt sich ein Gespräch über Tanjas Trinkvorlieben. Somit haben die bipolaren Fragen für sie einen guten Anlass geliefert, sich selbst darzustellen und sich zu ihren Vorlieben zu positionieren; für Timo erfüllen sie ganz im Sinne Passungsüberprüfung die Informationseinholung über Tanjas Vorlieben und ihren Sozialtypus.

3.5.4 Funktion der bipolaren Alternativfragen

Die bipolaren Alternativfragen können also viele Funktionen erfüllen: Der Passungsüberprüfung und Informationseinholung, als Angebot zur Selbstdarstellung oder ganz prosaisch, um über die Selbstpositionierung zu zwei sich antagonistisch gegenüberstehenden Polen miteinander ins Gespräch zu kommen. Dabei ist natürlich vorauszusetzen, dass man die gleichen sozialen Kategorien sowie das Wertesystem, das dahinter steht, teilt.⁸⁴

Diese Selbstpositionierung verlangt die Darstellung der „sozialen Identität“. Soziale Identität meint im Unterschied zur persönlichen Identität die „Zugehörigkeit zu kategorialen Gruppen“ (Wolf 1993: 5). Dies wird durch die Alternativfragen

⁸⁴ Problematisch erweist sich z.B. der „Vanilletyp“ in „Vanille oder Schokolade“ (Z. 25, 28), da ein sozialer Stereotyp eines Bereichs genannt wird, den das Gegenüber nicht zuordnen kann. Mit „Stereotyp“ meine ich in Anlehnung an Gottburgsen, Oelkers, Braun und Eckes (2005) „strukturierte mentale Repräsentationen, die sozial geteilt werden“ (Gottburgsen, Oelkers, Braun und Eckes 2005: 480).

interaktiv ausgehandelt. Das Frageformat bildet also zwei Typen gegensätzlicher sozialer Repräsentationen einer Klasse ab, die aufgrund ihres hohen Maßes an Bekanntheit ein Potenzial zur Identifizierung liefern. Durch die Beantwortung der Frage wird das Gegenüber, das zunächst fremd ist, in der Positionierung zu einer sozialen Repräsentation vertrauter (vgl. auch Moscovici 1995: 307). Die Frage ist somit auch eine Frage nach den Werten. Die Zuordnung zu einem von beiden Polen transportiert eine bestimmte Werthaltung einer sozialen Kategorie und schafft durch die Distinktion eine Wettbewerbsdifferenzierung. Allerdings wird von der sozialen Kategorie und Identität immer sofort auf die persönliche Handhabung dieser Kategorie verwiesen und damit auf die persönliche Identität. Dass dies gewollt ist, zeigt die Nachfrage, wenn eine persönliche Positionierung/ Begründung zu der sozialen Kategorie entfällt. Sie fordert eine Antwort, nach dem man den anderen besser einschätzen, bzw. bewerten kann. Sie liefert also im selben Atemzug dem Gegenüber die Möglichkeit zur Selbstdarstellung und ist somit ein probates Mittel zum gegenseitigen Austausch. Ebenso ist ein gemeinsames Verständnis um die sozial-gesellschaftliche Bedeutung der Nomina wie auch den gemeinsamen Pool an Wissensstrukturen bzw. Versprachlichungsmustern (vgl. Busler und Schlobinsky 1997) wichtig.⁸⁵

An diesen Beispielen ist zu sehen, dass das SpeedDating insgesamt die Form eines großen Narrativs einnimmt: Die Gesprächsteilnehmer sind geprägt von ihren Vorgesprächen und gehen somit auch anders in Folgegespräche hinein, haben neue Erfahrungen gesammelt, etc.... Bei diesen Beispielen identifiziert Timo die bipolaren Fragen nicht nur als typisches Element der Gattung SpeedDating, er greift sie auch aus dem Gespräch mit Karin auf, um sie in den Folgegesprächen flexibel weiter zu verwenden, wie zum Beispiel spontan bei Sabrinas „Bier oder Wein“ oder als

⁸⁵ Die Fragen haben Ähnlichkeit mit einer beliebten Frageform in sogenannten „Stöckchen“. Stöckchen stellen Online-Fragebögen dar, wie man sie früher in Form von Freundschaftsbüchern vorfinden konnte. In denen kann man sich anhand von Beantwortungen personthematischen Fragen steckbriefartig selbst darstellen und präsentieren. Sie können körperliche Merkmale wie z.B. Augenfarbe und Größe erfragen, aber auch bestimmte Vorlieben. Gerade die Fragen nach bestimmten Vorlieben werden gern in Form von bipolaren Alternativfragen wie „Vanille oder Schokolade“, „Tee oder Kaffee“, „Tannenbaum oder Plastikbaum“ erfragt. In der Beantwortung ordnet man sich dann einem der Typen zu. Vgl. dazu „Das Stöckchen-Blog“: <http://stoeckchen.twoday.net/>, (zuletzt abgerufen am

Pendant auf Tanjas „Weiter im Text“. Hierbei ist wiederum interessant, dass er die Frage von Karin, die ja ursprünglich „Pizza oder Nudeln“ lautete (vgl. „Pizza oder Nudeln“, Z. 102), in „Pizza oder Pasta“ („Weiter im Text“, Z. 14) umändert. Dies klingt durch die Alliteration und den s/a-Laut am Ende ähnlich und bekommt dadurch den Charakter einer schlagförmigeren Wendung. Ob sich von der Umkodierung von „Nudeln“ zu „Pasta“ auch der semantische Gehalt verschiebt und dies zu einer anderen Bewertung führt, kann letztlich nicht geklärt werden

3.5.5 Analyseergebnisse zur bipolaren Alternativfrage

Das Frageformat kann nach der Analyse der vorangegangenen Beispiele nun wie folgt näher klassifiziert werden:

Die bipolare Alternativfrage wird durch die Reduktion allein auf das Wesentliche, d.h. auf den Stellvertreter eines bestimmten Kategorietyps, und eine Kontrastierung durch „oder“ zunächst wertneutral gehalten. Sie wird auf beiden Nomina/ komplexen Phrasen gleich betont, Nomina/ Versatzstücke und Prosodie und Rhythmus werden in den Antworten übernommen: erster Akzent oft mit einer Tonhöhenbewegung nach oben, zweiter mit Tonhöhenbewegung nach unten – die Antwort greift die prosodische Akzentuierung der zweiten Phrase/ des zweiten Nomens der komplexen Frage auf. Das Design der Frage gibt durch die gleichberechtigte Betonung der beiden zur Auswahl stehenden Pole keinen Hinweis auf eine Präferenz der Sprecherin/ des Sprechers – die Antwort wird somit auch immer als Ein-Wort-Antwort in der selben Betonung geliefert, was ein Hinweis auf eine *type-conforming-response* ist (vgl. Raymond 2006: 947 f). Es erfolgt eine fokuzentrierte Antwort.

Die Frage verfügt wie eine elliptische Einheit über eine „Art Verdichtung der Formulierung auf die fokussierte Information hin“ (Selting 1997: 144), ebenso wie sich auch die Antwort in ihrer Fokuszentrierung und Komprimierung auf die Nennung des zutreffenden einen Pols der Frage „morphologisch an ihre Frage“ anpasst (Selting 1997: 147). Ich möchte allerdings nicht die Kategorie „Ellipse“ benutzen, da man mit dieser Benennung die Frageform als „unvollständig“ oder ergänzungswürdigen Satz assoziiert. Da es eher den Anschein hat, dass die

7.12.2008) ein Blog, bei dem man sich „Stöckchen“ herunterladen und an seine Freunde weiterverschicken kann.

bipolaren Fragen als Format standardisiert und verfestigt sind und damit selbstständige Äußerungseinheiten darstellen, ziehe ich die Beschreibung „standardisierte Kurzform“ der Ellipse vor (vgl. Rath 1979: 150).

Durch die Identifizierung des Frageformats als zum SpeedDating gehörig, durch das problemlose Verstehen und Beantwortung der Frage und das Erscheinen im Werbespot halte ich die bipolare Alternativfrage für ein sedimentiert rekurrent verfestigtes Muster.

Sie kann in ihrer Musterhaftigkeit, in ihrer Verfestigung (d.h. auch im Wiedererkennen der Form als „SpeedDating-Standard-Frage“) und in dem Rahmen, in dem sie immer auftritt, eine „kleine Form“ oder „Kleinstform“ von einer kommunikativen Gattung (siehe auch Günthner/Knoblach 1994: 706) bzw. „Minimalgattung“ (Günthner 2000: 15) darstellen, die kennzeichnend für die dialogische Selbst- und Fremdpositionierung zu einem bestimmten Sozialtypus ist.⁸⁶

Sie steuert das Kennenlerngespräch, indem sie zusätzlich zur Antwort meistens noch eine längere Erklärung und Bewertung des anderen fordert. Sie ist kontextuell von dem Kennenlerngespräch abhängig – wenn diese Fragen z.B. in einem Restaurant gesprochen werden, haben „Bier oder Wein“, „Pizza oder Pasta“ eine ganz andere Funktion: Dann handelt es sich um eine Entscheidungsfrage.

Das Ziel der Frageform kann somit darin gesehen werden, die soziale Identität des anderen zu erfahren und ihn im Zuge der Passungsüberprüfung einordnen zu können, wobei Übereinstimmung in der Wahl der Sozialkategorien präferiert ist.

3.6 Routinisierung

Tanja und Timo scheinen erstens ihre SpeedDating-Gespräche als Routine zu empfinden („Weiter im Text“) und zweitens auf für das SpeedDating spezifische kommunikative Muster („Standardfragen“) zurückgreifen zu können, um einen „weiteren Text“, also ein angemessenes SpeedDating-Gespräch zu produzieren. Statt eines Grußes beginnt Tanja als Einführung in das Gespräch metakommunikativ

⁸⁶ Eine Überlegung wäre, die bipolare Alternativfrage als „Formel“ (nach Stein 1995, 130) zu bezeichnen, da diese eine reproduzierbare, mehrgliedrige (komplexe) Einheit darstellt, die in der Kommunikation eine spezifische Funktion übernehmen kann, nämlich die der Frage nach der Positionierung des anderen für die Suche nach der Passungsübereinstimmung. Allerdings ist die Festigkeit dieser Wendung stärker in ihrer bipolaren Konstruktion und nicht lexikalisch gegeben.

und unter Zuziehen der Phrase „und WEIter im text“ (Z. 4) auf die Situation des SpeedDatings zu referieren. Indem sie zunächst Timos Gruß unbeachtet lässt und stattdessen auf die beginnende Routinisierung des SpeedDatens verweist, degradiert sie Timo zu bloß einem weiteren Date, das eine Wiederholung der vorherigen darstellt und genau so schnell wieder abgearbeitet und damit „abgehakt“ werden kann.⁸⁷

Im nächsten Beispiel wird das Empfinden von Routine und Standardisierung noch deutlicher von den SpeedDating-Teilnehmenden thematisiert:

„Kickboxer II“

11 Ma: ja (.) KLAR. (--)
 12 JA. (1.0)
 13 kann sich mit ein paar FRAGEN abarbeiten,
 14 ne,
 15 Pe: immer dasSELbe.=
 16 ich=hör=schon auch am nebensächlich immer dasSELbe,
 17 was ich AUCH schon gefragt hab-
 18 Ma: ja ja geNAU.=
 19 Pe: =das geht dann einmal im KREIS,
 20 ja.
 21 Ma: ja ich glaub beim LETZten,
 22 da denkt man sich dann AUCh so,
 23 <<geseufzt> `oh>(.) noch ein [MAL,]
 24 Pe: [a:h.]
 25 Ma: [lacht ca. 1.5 Sek. lang]
 26 Pe: [schon WIEder; JA,]
 27 Ma: [<<lachend> ja;>]
 28 Pe: [wie ALT;]
 29 Ma: geNAU ja;
 30 Pe: wo kommst du HER;=
 31 Ma: =[geNAU.]
 32 Pe: =[was stu]DIERST du;
 33 Ma: JA;
 34 ja geNAU.
 35 wohnst du hier in MÜNster?
 36 oder;
 37 Pe: ja ich WOHne in mÜNster; (-)
 38 Ma: JA. (--)

Peter und Mareike evaluieren hier die zunehmende Routinisierung und Formalisierung der Gespräche. Sie nennen Frageformate, die sie als typische und sich wiederholende Fragen interpretieren. Tatsächlich zählen sie Fragen zu Themen

⁸⁷ Dass dies von Timo auch tatsächlich als *face-threatening-act* verstanden wird, zeigt, wie schon dargestellt, seine Reaktion: Zunächst Unverständnis und Irritation, indem er noch einmal zurückfragt: „WEIter im text?“ (Z. 8) und Tanja durch das mit Pausen verzögerte, unbestimmte „ja; (-) HALT;“ (Z. 9-10) anzeigt, dass sie nun in einer Position ist, in der sie sich für ihr „und WEIter im text“ rechtfertigen muss.

auf, die in jedem SpeedDatinggespräch produziert worden sind: Die Fragen nach dem Alter (Z. 28), Herkunft (Z. 30) und Studium (Z. 32).⁸⁸ Mareike und Peter stellen Einigkeit her in Hinblick auf diese Thematik, indem sie sehr kooperativ den Dialog gestalten: Mareike, indem sie sehr viele bestätigende Partikeln formuliert, wie beispielsweise viele „ja“ in Kombination mit „ja genau“ (Z. 18, 29, 33-34); Peter, indem er Mareikes Sätze fortführt bzw. koproduziert (Z. 23-26). Sie beschweren sich über die ständige Wiederholung und den Einsatz immer derselben Fragen, die sie gemeinsam als Standard feststellen. Diese Beschwerde kann durch die Inszenierung der Fragen als Fragen, die auch im letzten der SpeedDating-Gespräche produziert werden würden, und durch die Lachaktivität als ironische und dialogisch produzierte Beschwerde interpretiert werden: Sie mokieren sich über die zunehmende Standardisierung und Routinisierung und inszenieren Genervtheit (durch das Seufzen in Z. 23 und die schnelle Evaluation der koproduzierten Frageformate mit dem Hintergrund „schon WIEder“, Z. 26).⁸⁹

Interessant ist, dass, obwohl sie Genervtheit inszenieren, Mareike dennoch direkt im Anschluss wieder eine Frage stellt, die als typisch für den genervt inszenierten Fragenkatalog gesehen werden kann (nach dem Wohnort Peters, Z. 35, vergleichbar mit der Frage „wo kommst du HER;“, Z. 30). Und obwohl sich auch Peter über die Frageformate lustig gemacht hat, beantwortet er die Frage ernsthaft ohne beispielsweise anzumerken, dass Mareike eine genau solche Frage des Typs produziert, über den sie sich ein paar Sekunden zuvor gemeinsam mokiert haben. Das heißt, dass die Präferenz der wechselseitigen Informationseinholung im SpeedDating so groß ist, dass sie, obwohl die Musterhaftigkeit der Gespräche den Teilnehmer/-innen negativ auffällt, dennoch weiter greift und die Passungsüberprüfung anhand der „üblichen“ Fragen vorstatten geht. Die Teilnehmer/-innen können zwar metakommunikativ die Routinisierung und Standardisierung feststellen, ändern aber nichts in ihrem Gesprächsverhalten.

In den SpeedDating-Gesprächen erscheinen also sowohl sich verfestigende Muster als auch typische Interviewformen, die sich innerhalb des SpeedDatings

⁸⁸ Vgl. z.B. die SpeedDatinggespräche „Muss man schnell reden“, „Ergotherapie“ oder auch „Profis“ und „Schieß los“, in denen die SpeedDating-Teilnehmer/-innen diese Antworten steckbriefartig von sich aus formulieren.

⁸⁹ Zum „Mokieren“ vgl. auch Christmann (1996).

herausbilden, wie auch bereits verfestigte in Form von bipolaren Alternativfragen, die von außen an das SpeedDating herangetragen werden.

Die Teilnehmer/-innen erwerben damit zusätzlich zu ihren eigenen z.T. vorgeformten Mustern von Selbstdarstellung, vorbereiteten Fragen und Antworten, die sie wiederholt in den SpeedDatinggesprächen einsetzen können, einen Katalog von SpeedDating-Routinen, Frage-Floskeln und eine Verfestigung ihrer Antworten.⁹⁰ Demzufolge entwickeln die Teilnehmer/-innen im SpeedDating-Prozess eine Routine in der Situation SpeedDating und in ihrer Selbstdarstellung, es kommt innerhalb des SpeedDatings zu standardisierten Fragen und Antworten und zur Identifikation der Standardisierung und Routinisierung.

3.7 Die SpeedDating-Klingel

Wie eingangs schon erwähnt, handelt es sich beim SpeedDating um eine institutionell organisierte und reglementierte Form des Datens, bzw. des Kennenlernens mehrerer potenzieller Partner/-innen. Dementsprechend halte ich es für sinnvoll, den starken Zusammenhang einiger kommunikativer Verfahren mit der institutionellen Eingebundenheit der Gespräche noch einmal herauszustellen. Dazu verwende ich die gesprächsanalytischen Untersuchungen zu "Conversational Analysis and Institutional Talk" von John Heritage (2004).

Meine Thesen sind folgende:

These 1) Zum einen hat die Institution Einfluss auf das Gespräch. Das Klingelzeichen greift in Form einer dritten Instanz in das SpeedDatinggespräch ein.

These 2) Das Gespräch unterliegt zwar spezifischen institutionellen Strukturen und Normen, diese werden aber von den Teilnehmenden auch interaktiv erstellt – oder

⁹⁰Natürlich spielt für die Art und Perfektion der Selbstvor- und Darstellung, Inszenierung und Informationseinholung auch (Lebens-)Erfahrung und persönliche Biographie eine Rolle. Wie beim Bewerbungsgespräch, bei der die Lebenssituation des Bewerbers und die gesellschaftlichen und strukturellen Bedingungen des Marktes wichtig für die Bewerbung und das Gespräch sind (vgl. Lepschy 1995: 116), in dem Sinne, dass der Bewerber unter einem Erfolgs- und Rechtfertigungsdruck steht, ist beim SpeedDating die Lebenssituation eine wichtige Rolle, da sowohl Stellen- wie Partnerlosigkeit stigmatisiert sind. Dies dürfte bei einem SpeedDating für ein älteres Publikum mit Sicherheit noch stärker ins Gewicht fallen. Anhand der Daten erkennt man, dass die „Interaktionsgeschichte“ (Goffman 1994: 62) der Teilnehmer/-innen immerhin eine wichtige Rolle spielt, insofern, dass die Teilnehmer/-innen spätestens nach dem zweiten Date eine gewisse Routine bekommen.

wie John Heritage es formuliert: „Institution talked into being“ (Heritage 2004: 222). Das Klingelzeichen wird also auch zur dritten Instanz des Gesprächs *gemacht*.

3.7.1 Der Einfluss der Institution auf das SpeedDatinggespräch

Nach John Heritage gibt es drei Merkmale von Institutionalität in Gesprächen (Heritage 2004: 224/225):

- 1 Institutional interaction normally involves the participants in specific goal orientations which are tied to their institution-relevant identities: doctor and patient, teacher and pupil, etc.
- 2 Institutional interaction involves special constraints on what will be treated as allowable contributions to the business at hand.
- 3 Institutional talk is associated with inferential frameworks and procedures that are particular to specific institutional contexts.

Zu den Punkten 1 und 2 wurde schon deutlich, dass die Interagierenden durch die Anmeldung zu einem SpeedDating in ihrer Rolle als Partnersuchende in einem gleichberechtigten Teilnehmerstatus zueinander auftreten und das Ziel verfolgen, mit Hilfe der Partnerschaftsvermittlung potenzielle Partner/-innen kennenzulernen und durch die Institution vermittelte nächste Dates zu erlangen.

Es gibt zudem eine Routinisierung und Standardisierung in Hinblick auf den Fragenkatalog zur Passungsüberprüfung und von Schlüsselwörtern in der Selbstdarstellung. Es gibt viele Frage-Antwort-Sequenzen und die Präferenz zu Selbstvorstellungen. Im Gespräch müssen bestimmte Prozeduren eingehalten werden, wie Symmetrie des Fragens und Antwortens und das Stellen von personthematischen Fragen im Allgemeinen. Erfolgt dies nicht, wird dies sanktioniert oder eingefordert (wie in „Schieß los“ Z. 244-254).

Im Folgenden werde ich den Punkt 3 näher untersuchen und einige Ausschnitte aus den SpeedDatings genauer betrachten, um den institutionellen Charakter der SpeedDating-Gespräche zu bestimmen. Aufgrund der Begrenzung dieser Arbeit ist es mir nicht möglich, auf alle Merkmale von Institutionalität einzugehen, aber schon

diese wenigen Beispiele lassen die kommunikativen Verfahren beim SpeedDating deutlich werden.⁹¹

„Ergotherapie“

254 K: kennen MÜSste? (.)
255 JA:.
256 ich geh jetzt halt eben TANzen,
257 also ich hab jetzt (.) äh LETZtes semester,
258 oder halt daVOR auch nen semEster;
259 beim HOCHschulsport (.) äh HIPhop geTANZT?
260 A: mh?
261 K: auch bei der ha es PE: show mitgemacht?
262 A: aHA,
263 ((1.2 Sek.))
264 ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>
265 (1.0)
266 K: UI.
267 (1.0)
268 A: geht SCHNELL;
269 ne?
270 K: ((lacht ca. 1 Sek. lang))
271 A: eigentlich VIEL zu schnell.
272 K: hh
273 A: na JA;
274 K: na DANN,

Dass die Klingel das Recht besitzt, die Rede zu unterbrechen, wird daran erkennbar, dass Karen und Andi sofort das Thema abbrechen, auf die Klingel (Z. 264) reagieren und in den Austausch von phatischen Elementen übergehen, um den Abschied einzuleiten. Ähnliches passiert auch in „Schlusswort“ (Z. 23-31): Nach dem Klingeln wird sofort gestoppt und das Ende des Gesprächs thematisiert, wobei hier das Ende noch einmal als wahrhaftiges Gesprächsende bestätigt wird durch „das war das SCHLUSSwort, hehe.“ (Z. 29) und sich Sabrina noch einmal explizit für das Gespräch durch ein „DANKeschön“ (Z. 30) bei Matthias bedankt. Das Ganze wird innerhalb von elf Turns beendet – also recht schnell nach dem Klingelzeichen miteinander ausgehandelt. In „Sektchen“ (Z. 143-152) läuft es gleichermaßen ab. Bei „Schieß los“ brauchen Martina und Timo sogar nur vier Turns nach dem Klingelzeichen, um sich voneinander zu trennen (vgl. Z. 312-316) – dort werden die phatischen Elemente auf ein Minimum reduziert. Eine Verabschiedung fehlt gänzlich.⁹²

⁹¹ So wäre es beispielsweise noch interessant, inwiefern die Teilnehmer/-innen auf die Regeln des SpeedDatings hinsichtlich der Ankreuzkärtchen eingehen, wie in „Schieß los“ (Z. 2-30).

⁹² Dies könnte allerdings auch daran liegen, dass sie auf Grund von Antipathie, die an Streitelementen im Gespräch und in der Diskussion um das Thema „Lehrer und Erzieher“ erkennbar ist, keinen *continuing consensus* miteinander aushandeln wollen.

Die Klingel wird also als abschließendes Element des SpeedDatings erkannt und gleichzeitig dazu genutzt, die Gesprächsbeendigungsphase einzuleiten. Es kam in keinem Gespräch vor, dass die Teilnehmer/-innen von sich aus das Gespräch beendeten, sondern es wurde immer von dem Klingelzeichen unterbrochen und eingeleitet. Dies macht deutlich, dass sich die Teilnehmer/-innen an den institutionellen *frame-works* orientieren und sich nach ihnen richten. Ebenso heißt dies aber auch, dass die Klingel einen sehr starken Einfluss auf das Gespräch ausübt – und zwar nicht nur innerhalb der Gesprächsbeendigungsphase sondern auch dadurch, dass sie den zeitlichen Rahmen und damit die Begrenzung markiert, welche die Teilnehmer/-innen zum Teil als großen „Zeitdruck“ interpretiert haben (vgl. z.B. auch „Ergotherapie“, Z. 60, oder auch „Schnell reden“, Z. 38-43). In „Schnell reden“ wird das „schnelle Reden“ sogar als konstitutives Merkmal von SpeedDating angesehen:

„Schnell reden“

38 M: aber dafür heißt es ja SPEEDdating.
 39 K: [Eben.]
 40 M: [mÜss] man SCHNELL reden.=
 41 K: =geNAU.
 42 muss man SCHNELL reden;
 43 hab ich schon geMERKT.
 44 (1.2)

Die Zeitbegrenzung und Schnelligkeit sind institutionell bedingte Merkmale des SpeedDatings, so wie das Klingelzeichen ebenfalls ein Element darstellt, das nicht nur in das SpeedDating-Gespräch stark eingreift und das Recht auf die Initiierung des Anfangs und des Endes vom SpeedDating besitzt, sondern auch von den Teilnehmer/-innen als Element zum Anfang des *continuing consensus* genutzt wird. Somit hat die institutionelle Struktur Einfluss auf die Muster und Strukturen der SpeedDating-Gespräche. Die Klingel hat durch die Akzeptanz ihrer genannten Rechte die Funktion einer zusätzlichen Gesprächsinstanz. Sie wird zudem von den SpeedDating-Teilnehmer/-innen durch die Zeitbegrenzung, die durch das Klingelzeichen als präsent empfunden wird, sogar auf einer Metaebene thematisiert. Die Zeitbegrenzung übt also ebenfalls einen entscheidenden Einfluss auf das Gespräch und seine Strukturierung aus: Man redet schnell, formt viele Frage-Antwort-Sequenzen, bemüht sich um einen raschen Informationsaustausch. Im Zuge der Passungsüberprüfung muss sich also auf das Wichtigste konzentriert

werden – was wiederum zur Folge hat, dass kein Platz bleibt, Nähe aufzubauen oder gar miteinander zu flirten.

3.7.2 *Institution talked into being*

Die Teilnehmer/-innen erzeugen durch die Produktion der Muster und Strukturen wiederum interaktiv das SpeedDating (im Sinne von „institution talked into being“ (Heritage 2004: 222)). Das Klingelzeichen wird nicht nur als Eingriff ins Gespräch empfunden, sondern als konstitutives Merkmal des Gesprächs mit in die Rede eingeschlossen – und von den Teilnehmer/-innen quasi zur dritten Gesprächsinstanz gemacht:

```
„Kunst kommt von Können“  
01 D: hal[LO; ]  
02 M: [halLO. ]  
03 (15.0)  
04 ((SpeedDating-Klingel)) <<pingping>>  
05 (2.0)  
06 D: ((schnalzt))hallo ich bin DANiel,  
07 =grüß dich. h,  
08 M: =HALlo;  
09 marTIna.
```

Auch hier ist es auffällig, dass die Teilnehmenden sich nach der Klingel als Initiierung des eigentlichen SpeedDatings richten: Nach einer gegenseitigen Begrüßung (Z. 1-2) erfolgt erst einmal eine lange Pause von etwa 15 Sekunden (Z. 3). Danach ertönt die SpeedDating-Klingel (Z. 4), die Teilnehmerin und der Teilnehmer begrüßen sich erneut, stellen sich vor und erörtern kurz, dass sie zum ersten Mal an einem SpeedDating teilnehmen (Z. 5 f.).

Hierbei ist interessant, dass, obwohl das eigentliche SpeedDating-Gespräch erst nach dem Klingelzeichen erfolgen soll, die Teilnehmenden sich dennoch schon vorher begrüßen, was darauf hindeutet, dass bestimmte Interaktionsregeln, wie z.B. dass man sich begrüßt, sobald man sich zueinander in die jeweilige Begrüßungszone – hier an einen Tisch – setzt (vgl. auch das *Politeness*-Modell von Brown/Levinson 1978), stärker greifen, als eine institutionelle Vorgabe, wie die Gespräche ablaufen sollen. Auf der einen Seite gelten also Interaktionsregeln der Höflichkeit (gegenseitige Begrüßung), auf der anderen Seite die institutionelle Vorgabe der SpeedDating-Regeln. Indem die Teilnehmer/-innen abwarten, bis die Klingel das

SpeedDating wieder einleitet, konstruieren sie das SpeedDating-Gespräch als ein institutionsabhängiges mit.

Ein anderes Beispiel liefert der Ausschnitt aus dem Transkript „Schnell reden“:

```
„Schnell reden“
01    K:    halLO;
02          ((lacht einmal kurz auf))hhh
03    M:    <<p> halLO;>
04          (1.7)
05          geht=s schon WEIter?
06    K:    ich WEIB nicht;
07          ich glaub die KLINGelt [noch mal;]
08    M:          [ne die   ] KLINGelt ja
          wohl.
09          (2.0)
10          ((SpeedDating-Klingel)) <<ping>>
11          (2.7)
12    K:    JETZT geht=s weiter.
```

Dies ist ein Beispiel dafür, dass die Teilnehmer/-innen sogar miteinander den Anfang des „eigentlichen“ SpeedDating-Gesprächs aushandeln, während sie das Klingelzeichen abwarten. Nach der Begrüßung durch ein wechselseitiges „halLO;“ (Z. 1 und 3) äußern die Teilnehmer metakommunikativ Unsicherheit (Z. 6) darüber, ob das SpeedDating schon „weitergeht“ (vgl. Z. 5f.) oder nicht. Sie versichern sich aber dann, dass der Beginn noch einmal von „ihr“ („die“ Z. 7, 8), also von mir als Moderatorin, eingeklingelt werden würde. Daraufhin entsteht eine Pause von ca. 4,7 Sekunden, die man als Wartezeit interpretieren kann (Z. 9-11). In dieser Wartezeit erfolgt das Klingelzeichen (Z. 10). Nach ca. 2,7 Sekunden eröffnet Karin daraufhin „offiziell“ das SpeedDating-Gespräch mit dem Satz: „JETZT geht=s weiter.“ (Z. 12). Dieser Satz kann mit Rückbezug auf das kurz zuvor erfolgte Klingelzeichen und der vorherigen Übereinkunft, dass man sich nach dem Klingelzeichen richtet, als Bestätigung interpretiert werden, dass nun das SpeedDatinggespräch beginnen kann.

Dies verdeutlicht, dass die SpeedDating-Klingel nicht nur von außen in das Gespräch eingreifen darf, sondern dass die Teilnehmer/-innen von sich aus das Gespräch mit der Klingel beginnen lassen wollen. Sie handeln es interaktiv miteinander aus und erzeugen somit die Situation „SpeedDating“ (talked into being). Es zeigt sich also auch im Kommunikationsverhalten der Teilnehmer/-innen, dass es sich beim SpeedDating zum einen um eine institutionell organisierte und reglementierte Veranstaltungsform handelt, womit die SpeedDating-Kommunikation den

institutionellen Gesprächen zuzurechnen ist. Die Organisation und die Zielorientierung des SpeedDatings zeichnet sich zum anderen in der interaktiven Aushandlung in den einzelnen Gesprächen der Teilnehmern/-innen ab, indem sie adäquate Muster produzieren, die das SpeedDating-Gespräch gelingen lassen, die es erst zu einem SpeedDating-Gespräch machen.

3.8 Online-Daten und Partnerwahl in der soziologischen Betrachtung

3.8.1 Vergleich: SpeedDating und Online-Dating

Bisher sind die SpeedDatinggespräche darauf hin untersucht worden, inwiefern sie eine Musterhaftigkeit aufweisen und woraus diese musterhaften Verfestigungen resultieren.

Eine weitere Frage ist, aus welchem Grund sich überhaupt eine Veranstaltungsform wie das SpeedDating entwickelt hat und zunehmend erfolgreich ist, obwohl es eine ganze Reihe anderer Partnervermittlungsgenturen gibt.

Ein beliebter Vertreter unter Partnervermittlungsgenturen ist beispielsweise der online-basierte Partnersuchdienst. Obwohl Online-Partnersuchdienste bereits 2002 zu den am besten bezahlten Seiten im Internet zählen (vgl. Illouz 2006: 116), ist diese Form der Partnersuche, wie Eva Illouz herausgestellt, kritisch zu betrachten: Man versendet „die gleiche standardisierte Botschaft an alle Interessenten, so dass sich der ganze Prozess dem des Tele-Marketing angleicht“ (Illouz 2006: 127).

Das Internet strukturiert die Suche,⁹³ indem es die Möglichkeit bereitstellt, durch vorherige Kategorisierungen eine Vorauswahl von Menschen zu treffen, die man kennenlernen möchte. Somit wird die Partnersuche stark formalisiert. Allerdings wird sie dabei zunächst nur textualisiert und psychologisch verfolgt. Durch die Körperlosigkeit des Internets wird der Austausch von Körperinformationen wie Gesten, Mimik, Augen, Körperhaltung unterbunden und die Interaktion auf rein textlicher/ sprachlicher Ebene geführt. Es kommt zu einer „Masse an textbasiertem kognitiven Wissen“ (Illouz 2006: 157), das zu einem „verbal overshadowing“ (Illouz 2006: 157) führt und uns mögliche Partner als greifbar suggeriert. Da es aber

⁹³ Vgl. z.B. die Online-Partnervermittlung „Parship“ unter <http://www.parship.de/start>.

erwiesenermaßen gerade die unterbewussten körperlichen Aspekte sind (vgl. Illouz 2006: 145), nach denen wir uns zumeist intuitiv entscheiden,⁹⁴ ist es schwierig, ohne sie das Gegenüber richtig einzuschätzen. Man läuft unter Umständen eine größere Gefahr, sich mit Partnern zu lange zu beschäftigen, die zwar von ihrer Selbstdarstellung und den Attributen gut passen würden, sich aber im Endeffekt im direkten Umgang als unpassend erweisen.⁹⁵ Doch auch wenn man sich mit den über das Internet gefundenen potenziellen Partner/-innen im wirklichen Leben trifft, entkommt man nicht der Standardisierung und *Marketization*.

So berichtet Illouz: „Fast alle meine Interviewpartner, sowohl in Israel als auch in den USA, haben erwähnt, daß ein Treffen von ihnen verlangt, sich zu „vermarkten“ und sich zu verhalten, als ginge es um ein Jobinterview, in dem sie abwechselnd Interviewer sind und interviewt werden.“ (Illouz 2006: 131).

Die Beschreibung des Gefühls vom „Vermarkten“ und dem „Jobinterview“ erinnert an die Situation beim SpeedDating: Eine Art Bewerbungsgepräch mit vielen Frage-Antwort-Sequenzen, in dem man einen „Eindruck schieben“ müsste (vgl. Kickboxer II, Z. 8).⁹⁶ Wie auch beim Internet-Dating sind zwei zentrale Kritikpunkte beim SpeedDating die „Standardisierung und die Vermarktung von Gefühlen“ (Ellrich/Funken 2007: 80). Man fügt sich in ein System mit vergleichbaren und messbaren Leistungen und vertraut sich auch im Privatleben einer Institution an, die einem eine Auswahl möglicher Partnerinnen und Partner anbietet und sich zeitökonomisch um die Vermittlung kümmert.

⁹⁴ So haben kognitionspsychologische Untersuchungen ergeben, dass es ein „intuitives Denken“ bzw. ein „thin slicing“ gibt, das uns hilft, treffsicher und schnell Urteile über Menschen und Situationen zu fällen (vgl. Illouz 2006: 153).

⁹⁵ Physische Präsenz scheint eine unmittelbare Voraussetzung für die ganzheitliche Wahrnehmung des/ der anderen. Interaktion ist also ein „subtiler Prozeß der Anpassung des von uns Gesagten oder unseres Verhaltens an die wahrgenommene Präsenz eines anderen“ (Illouz 2006: 146). Vielleicht ist der Körper oder die Wahrnehmung körperlicher Gestik sogar „der beste und einzige Weg [...], um eine andere Person zu kennen und sich zu ihr hingezogen zu fühlen“ (Illouz 2006: 149). Und obwohl die Persönlichkeit des Menschen für wichtig gehalten wird, entscheidet doch meistens eher die Attraktivität des Gegenübers (vgl. Illouz 2006: 148).

⁹⁶ An anderer Stelle berichtet Illouz: „Aufgrund des Umfangs und der Häufigkeit der Begegnungen gewinnen die Gespräche und das Treffen an sich zwangsläufig einen drehbuchartigen Charakter; viele meiner Interviewpartner geben an, im Verlauf einer Begegnung mit einem Partner die gleichen Fragen zu stellen und die gleichen Witze zu erzählen. Artemis [...] schreibt über diese Treffen: „Ich kenne diese Rituale so gut. Es fängt damit an, daß ich fast schon so etwas wie eine Uniform für ein *blind date* besitze. [...] In den meisten Fällen hab ich keine Erwartungen und bin nicht sonderlich nervös. Ich weiß genau, was passieren wird.“ (Illouz 2006: 132).

Wird durch die Vermarktung von Menschen und Beziehungen, die zu einer formalisierten Technik und zu einer Standardisierung von Beziehungsherstellung und der Selbstdarstellung führen, unser Vermögen geschwächt, „normale“ Beziehungen überhaupt herzustellen (vgl. Illouz 2006: 165)?

3.8.2 Partnerwahl im 20. und 21. Jahrhundert

Nach Illouz (2006) hat sich in der westeuropäischen Kultur durch den starken Einfluss der Psychologie im Laufe des 20. Jh. ein Wandel in den Bezugssystemen vollzogen, der die Herausbildung eines „emotionalen Kapitalismus“ zur Folge hatte. Der emotionale Kapitalismus ist nach Illouz „eine Kultur, in der sich emotionale und ökonomische Diskurse und Praktiken gegenseitig formen, um so jene breite Bewegung hervorzubringen, die Affekte einerseits zu einem wesentlichen Bestandteil ökonomischen Verhaltens macht, andererseits aber auch das emotionale Leben – vor allem das der Mittelschichten – der Logik ökonomischer Beziehungen und Austauschprozessen unterwirft“ (Illouz 2006: 13).⁹⁷ Infolgedessen gibt es eine „öffentliche Inszenierung des privaten Selbst“ (Illouz 2003: 70).

Anders hingegen interpretiert es Andreas Timm (2004). Ihm zufolge ist die Partnersuche über „Dating-Börsen“ nicht negativ zu bewerten, da die Partnerwahl seiner Meinung nach schon immer nach dem Kosten-Nutzen-Faktor abgelaufen sei. Timm kommt zum Schluss, dass die Partnerwahl von Gelegenheitsstrukturen (Angebotsstrukturen) beeinflusst wird, d.h. durch die Größe und Art des Partnermarktes, des Verhältnisses von Frauen und Männern oder der Bildungsverteilung und nachfragegesteuerten Mechanismen, wie z.B. die Partnerwahl aus einer ähnlichen Bildungsschicht. Wenn davon ausgegangen wird, dass Homogamie die selektive Partnerwahl steuert, kann das nach der *Matching These* (Timm 2004: 63) sowohl bedeuten, dass die Wahl von Partnern sich nach Ähnlichkeiten der kulturellen und sozialen Merkmalen richtet, als auch nach der *Competition These* (Timm 2004: 63), die Bevorzugung eines statushöheren Partners. Sowohl die Gelegenheitsstruktur wie auch die nachfragegesteuerten

⁹⁷ Vgl. auch John Gumperz (1989): „overtly marked social boundaries are disappearing and sanctions compelling adherence to group norms are weakening throughout the known world“ (Gumperz 1989: 26).

Mechanismen sind dem Wandel unterlegen.⁹⁸ Da es nach Timm (vgl. 2004: 72) allerdings unmittelbar nach Verlassen des Bildungssystems bzw. Abschluss der Ausbildung und mit dem Eintritt in die Arbeitswelt zur gesteigerten Partnersuche und Partnerwahl kommt, müsste auch die Tendenz, bildungshomogam zu heiraten, ziemlich hoch sein.

Nach dem austauschtheoretischen Ansatz, der nach dem Reziprozitätsprinzip der Belohnungshandlung ausgeht, erwarten beide Partner in einer Verbindung „relative Vorteile“ (Timm 2004: 53) durch wechselseitige Belohnung, die höher ist als der „erwartbare Nutzen für mögliche Alternativen“ (Timm 2004: 53). „Dabei spielen Ähnlichkeiten bezüglich der sozialen Herkunft und persönliche Merkmale wie etwa Bildung eine wesentliche Rolle für das Belohnungspotenzial“ (Timm 2004: 53). Auch nach dem familienökonomischen Ansatz, der den Nutzengedanken durch das Angebot komplementärer, sich ergänzender Ressourcen verfolgt (vgl. Timm 2004: 54), muss der Nutzen der Heirat größer sein als anderer Gewinn und Suchkosten. Eine Beziehung wird dann aufgebaut, wenn beide Partner sie für lohnenswert erachten (Timm 2004: 74).

Doch weil Partnersuchende nie den vollständigen Überblick bekommen können, was die maximale Nutzenentscheidung wäre, entwickeln die Individuen im Laufe ihres Lebens „Minimalvorstellungen“ (Timm 2004: 73) eines potenziellen Partners und suchen nicht mehr nach dem „Idealpartner“. Insgesamt hängt die Wahl des Lebenspartners also nicht von der Liebe oder von „individuellen idealtypischen

⁹⁸ Allerdings gibt Andreas Timm am Ende der Arbeit an: „Zum Abschluss soll nicht unerwähnt bleiben, dass den meisten jungen Frauen und Männern der Einfluss der Gelegenheitsstruktur, der sozialen Herkunft und der Bildung auf ihre Partnerwahl und ihr Heiratsverhalten nicht bewusst ist. Die meisten Umfragen nach einem Partner werden gemeinhin mit dem Wunsch nach blonden Haaren und blauen Augen (in der Regel Männer), schwarzen Haaren und groß (meistens Frauen), dem Rauchverhalten usw. beantwortet“ (Timm 2004: 167). Zu der Auswahl nach dem ersten körperlichen Eindruck siehe auch Transkript „Meine Theorie“.

```
01 J: also MEIne theorIE war;  
02 dass man (.) relativ SCHNELL;  
03 wenn man einmal so in die RUNde schaut (.) merkt;  
04 ob da was dabEI ist oder NICH.  
05 T: ja das SOwieso.=  
06 J: =und dann sAgt man so (zur WAHL eigentlich) so;  
07 (---)  
08 <<hoch> JA=JA=JA=JA;  
09 NEIN=NEIN=NEIN=[NEIN ;]>  
10 T: [((lacht kurz auf))]
```


Vorstellungen“ (Timm 2004: 167) ab, sondern von sozialen Regelmäßigkeiten und in der Abgleichung von Minimaldefinitionen und spröden „Kosten-Nutzen“-Kalkulationen.

In diesem Sinne bietet SpeedDating ideale Voraussetzungen zur Partnerfindung, da es mehrere potenzielle Partner/-innen auf einmal anbietet. Aufgrund dessen schafft es gute Vergleichsmöglichkeiten der Bewerber/-innen und eine geeignete Grundlage für „Kosten-Nutzen“-Kalkulationen. Dadurch, dass man von der SpeedDating-Organisation zeitlich begrenzt wird, sind die einzelnen Treffen nicht so zeitaufwendig wie typische Blind-Dates und bleiben überschaubar. Durch das Ankreuzverfahren auf den Zetteln entfällt außerdem gegenüber anderen Erstkontakt-Gesprächen die Notwendigkeit, selber ein Nutzargument oder ein *cooling out* einzuleiten, was im Sinne des *face-works* die Situation entlastet.

Durch die *face-to-face*-Situation im SpeedDating hat man gegenüber dem Online-Daten zudem den großen Vorteil, dass man den anderen sofort körperlich wahrnimmt und ihn auch in der ganzen Körpersprache besser zu interpretieren weiß.

Insofern bietet das SpeedDating zu den anderen Partnersuchdiensten eine sehr gute Alternative.

Es bleibt allerdings fraglich, ob es überhaupt sinnvoll ist, sich einem Partnersuchdienst anzuvertrauen. Wie von Eva Illouz kritisch beleuchtet, unterbinden diese Dienste die Romantik der Liebe auf den ersten Blick und stellen sie dagegen unter den Zweck der Rationalität und Ökonomisierung. Doch mit Andreas Timms Worten kann darauf entgegnet werden, dass es eine Regel gibt, die noch vor aller Romantik greift: "Who does not meet, does not mate" (Timm 2004: 52).

Natürlich bleibt es jedem selbst überlassen, wie sie oder er die Liebe finden und inszenieren möchte. Doch um erst einmal potenzielle Partner/-innen kennenzulernen – gerade in Zeiten, in denen sich in den Großstädten eine zunehmende Anonymisierung ausbreitet – bieten sich Partnersuchdienste wie das allmählich in der Gesellschaft sich verfestigende SpeedDating als Lösung an. Was für Rückschlüsse lassen sich aus der zunehmenden Verfestigung des SpeedDatings in unserer Gesellschaft für die Kommunikation beim SpeedDating ziehen?

3.9 SpeedDating in der Werbung

Um die Verfestigung der Gattung „SpeedDating“ in unserer Gesellschaft näher zu beleuchten, bietet es sich an, den Werbespot des „Kinderriegels“ noch einmal anzuschauen. Wie bereits erläutert, bestehen zwischen dem Werbespot und meinen eigenen Aufzeichnungen des SpeedDatings einige Gemeinsamkeiten, wie beispielsweise die vielen Frage-Antwort-Sequenzen und der Gebrauch der bipolaren Alternativfrage.

Dennoch gibt es – abgesehen davon, dass sich während des SpeedDatings bei mir kein spontanes enthusiastisches Umarmen und Küssen wie beim Werbespot ereignete – zwei auffällige Unterschiede:

Zum einen stellen in dem in Münster veranstalteten SpeedDating die Teilnehmer/-innen wechselseitig die Fragen. Der Werbespot stellt durch die Gesprächsführung der Schokolade ein asymmetrisches Gespräch dar: Nur sie stellt Fragen, die sie wahrscheinlich vorher schon vorbereitet hat, denn sonst könnte sie die Fragen nicht so schnell hintereinander stellen.⁹⁹ Zum anderen kommt, anders als bei meinen Daten, das SpeedDating zwischen Schokolade und Milch nahezu ohne phatische Elemente oder metakommunikative Auseinandersetzungen aus.¹⁰⁰

Es erfolgen keine offenen Fragen, wie „was machst Du so“ sondern sehr spezifische, lenkende Fragen, wie „bist Du kompliziert?“ (Z. 6), „geNUSSmensch oder HEktiker;“ (Z. 8) und „vollende bitte diesen SATZ. ich habe eine SCHWÄche fü:r,“ (Z. 10-11 – wobei dies natürlich keine Frage darstellt sondern, wie die Schokolade schon sagt, um einen zu vollendenden Satz). Durch diese Gesprächsführung besteht nur indirekt eine wechselseitige Informationseinholung, denn die Milch kann nur aus der Reaktion der Schokolade auf ihre Antworten schließen, ob sie ihr gefällt oder nicht. Keine weitere Nachfrage oder Reaktion seitens der Schokolade kann dabei offenbar als positive Rückmeldung gewertet werden – zumindest erfolgt in dem

⁹⁹Wenn bei meinen SpeedDatinggesprächen einseitige Gesprächsführung herrscht, ist dies zumeist ein Anzeichen für Desinteresse (vgl. beispielsweise die Transkripte „Ergotherapie“ oder „Schieß los“). Dies ist im Werbespot allerdings dadurch ausgeschlossen, dass sich Milch und Schokolade hinterher in die Arme fallen.

¹⁰⁰ Es kann allerdings sein, dass der Spot von Ferrero deswegen so wenig phatischer Elemente sprachlicher Natur bedarf, da diese auf non-verbale Elemente wie Augenaufschlag, Gestik, Mimik, Hauch in der Stimme, etc. ausgelagert sind. Denn anders, als die Milch im Spot suggeriert, indem sie prosodisch eine erotische Nuance in die Stimme legt (wie Hauch, viel Melodie), wird in den SpeedDatinggesprächen bei mir wenig bis gar nicht geflirtet.

Werbepot kein *account* oder wird auch nicht eingefordert und die Milch und Schokolade fallen sich hinterher in die Arme. Das SpeedDating ist demzufolge erfolgreich verlaufen.

Für die Organisation und Koordination eines SpeedDating-Gesprächs ist Metakommunikation, wie im Verlauf dieser Arbeit festgestellt worden ist, sinnvoll, denn das Aufstellen des *working consensus* und des *continuing consensus* ist gleichzeitig mit einer Entlastungsfunktion für die Teilnehmer/-innen verbunden.

Da Metagespräche allerdings eher Unsicherheit bezüglich der Gesprächsform anzeigen durch den Bedarf, sich wechselseitig über die Situation zu verständigen (*working consensus*), ist ein Ausbleiben von Metakommunikation im Fall des Werbepots dahingehend zu interpretieren, dass hier keine Unsicherheit über die Verständigung und über die Gattung besteht.

Somit impliziert der reibungslose Ablauf ohne Metakommunikation und die erfolgreiche Partnerfindung während des SpeedDatings, dass es sich beim Werbepot um ein „best case-scenario“ oder zumindest um eine idealisierte Verdichtung eines SpeedDatings handelt. Eventuell kann der Werbepot geradezu als Prototyp eines SpeedDatings gesehen werden, da es sich nach Schmitt (2003) um eine „empirische Manifestation eines theoretisch konstituierten Gegenstandes“ handelt (Schmitt 2003: 189). „Prototypische Fälle bilden Gegenstände (oder Aspekte desselben) in besonders klarer, instruktiver und vollständiger Weise ab“ (Schmitt 2003: 189). Falls sich das SpeedDating in Deutschland weiter etabliert, ist anzunehmen, dass die Gespräche vom Gesprächsverhalten her immer mehr die Gestalt annehmen, wie sie im Werbepot präsentiert wird (ohne allerdings immer zu einem „Happy End“ führen zu müssen). In diesem Sinne werden sich weitere verfestigte Frageformeln entwickeln und sich Metagespräche über das SpeedDating verkleinern.

4. Fazit

4.1 Fazit der gesprächsanalytischen Gattungsanalyse

Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass es sich beim SpeedDating um eine sich allmählich verfestigende Gattung handelt. Sie enthält formalisierte, rekurrente spezifische Muster, die einerseits der institutionellen Organisation dieser Veranstaltungsform zuzurechnen sind, andererseits aber aus einem Wissen beim Courtship, Bewerbungsgespräch und sogar über das SpeedDating an sich (über Fernsehen, Kino, Freunde) resultieren.

Die Analyse der Daten konnte aufdecken, dass die Institution SpeedDating einen entscheidenden Einfluss auf die Gespräche durch die organisatorische Reglementierung hat, wie z.B. durch die Zeitbegrenzung und das Recht auf Ein- und Ausklingeln der Gespräche. Durch dieses Recht, in das Gespräch einzugreifen, fungiert die Organisation in Form der Moderatorin/ der Klingel als dritte Instanz im SpeedDating-Gespräch. Die Teilnehmer/-innen erzeugen auch selbst die Situation SpeedDating ganz im Sinne Heritages: Nicht nur „Institution *is talked into being*“, sondern auch das „SpeedDating *is talked into being*“.

Während es beim SpeedDating wegen der *face at risk*-Situation und dem institutionellen Grad des Gespräches kaum zum Flirten kommt, zeigt es wiederum Ähnlichkeiten mit dem Bewerbungsgespräch und der Courtshipkommunikation auf. Es dient wie das Bewerbungsgespräch der personthematischen, produktionsorientierten Informationseinholung zur wechselseitigen Passungsüberprüfung und ist institutionell organisiert. Wie die Courtshipkommunikation können SpeedDating-Gespräche strategisch geplant und durchgeführt werden, sowie persuasiv orientiert sein.

Da die Passungsüberprüfung gleichzeitig das Ziel impliziert, sich für oder gegen das Gegenüber zu entscheiden, werden einerseits Taktiken angewendet, um das Gegenüber zu prüfen, wie z.B. durch vorbereitete Fragen, die durch die Anwendung bei allen Dates eine bessere Grundlage für Vergleichbarkeit schaffen und durch die man die wechselseitige Passung austestet. Andererseits werden Taktiken angewendet, die man dem personenbezogenen *Impression Management* zuordnen könnte und die durch Schlüsselreize das Gegenüber von sich überzeugen sollen. Das SpeedDating gehört damit zu den persuasiven und strategisch plan- und durchführbaren Gesprächen.

Die Wechselseitigkeit der Passungsüberprüfung und Informationseinholung zeigt sich in den vielen Frage-Antwort-Sequenzen. Dabei dürfen vorgeformte Selbstdarstellungen und vorbereitete Fragen benutzt werden, die teilweise sogar erwartet werden.

In den Selbstdarstellungen hat sich herausgestellt, dass man sich einerseits durch bestimmte Vorzüge (mittels Schlüsselwörter) exklusiv hervorhebt (und die Attraktivität erhöht), man andererseits seine gesellschaftliche Konformität betont, indem man sich als sozial verträglichen Typen darstellt.

Durch die zunehmende Präzisierung, Verkürzung und Vervollständigung der Selbstdarstellung und Antizipierung präferierter Antworten und Schlüsselwörter kann man sogar von einer Professionalisierung und Standardisierung der SpeedDatinggespräche sprechen, die zu der Identifizierung eines Katalogs von SpeedDating-Routinen und Frage-Floskeln führt.

„Standard“ greift die Bezeichnung auf, die die Teilnehmer/-innen selbst verwenden. Als Standardisierung hat sich die Verfestigung bestimmter Motive und Muster in den SpeedDating-Gesprächen herausgestellt. Die Formen von Verfestigungen kann man in zwei Gruppen einteilen: Erstens die Verfestigungen, die bereits gesellschaftlich als zum SpeedDating zugehörig betrachtet und von außen an das SpeedDating herangetragen werden. Darunter fallen beispielsweise die bipolaren Alternativfragen. Zweitens die Verfestigungen, die dem individuellen Repertoire der Teilnehmer/-innen entstammen. Diese wiederum können zum einen durch Erfahrung mit anderen Erstkontakt-Gesprächen entstammen (wie z.B. die Wirkung bestimmter Schlüsselwörter), zum zweiten durch die Vorbereitung auf das SpeedDating (wie z.B. die Vorformung von Elementen der Selbstdarstellung oder durch Vorbereitung bestimmter Fragen) und sich zum dritten im Zuge der Wiederholung als Routine-Elemente verfestigen (wie z.B. die Antizipierung von Fragen oder die Ökonomisierung der Selbstvorstellung). Durch die Wiederholung der Situation entwickeln die Teilnehmer/-innen ein milieuspezifisches kommunikatives Repertoire, das sie miteinander teilen (vgl. Knoblauch 1995: 135).

Das Arbeiten mit Konformität und Exklusivität zeigt sich ebenfalls in den bipolaren Alternativfragen, bei denen man sich zunächst einem sozialen (stereotypen) Typus zuordnet, um sich später in einem *account* wiederum davon abzugrenzen. Dies

erfolgt, indem man sich von der ersten Positionierung zu einem der Sozialtypen relativiert und seine Individualität betont.

Das Format der bipolaren Alterantivfrage stellt ein sedimentiertes rekurrentes verfestigtes Muster dar, das im Zuge der Passungsüberprüfung die Einordnung zu einer bestimmten Sozialkategorie erfordert und die kontextuell von dem Kennenlerngespräch abhängig ist.

Der Einsatz von Metakommunikation ist ein Zeichen dafür, dass das SpeedDating sich noch nicht vollends formalisiert hat. Zwar enthält es eine immer wiederkehrende Auswahl und Verknüpfung spezifischer Elemente, die von einer Standardisierung und Routinisierung zeugen, dennoch handeln die Teilnehmer/-innen Koordination, Organisation und Vorgehensweise beim SpeedDating miteinander aus.¹⁰¹ Phatische Elemente weisen zudem darauf hin, dass es sich hierbei um eine *face at risk* Situation handelt.

4.2 Ausblick bzw. „Weiter im Text“

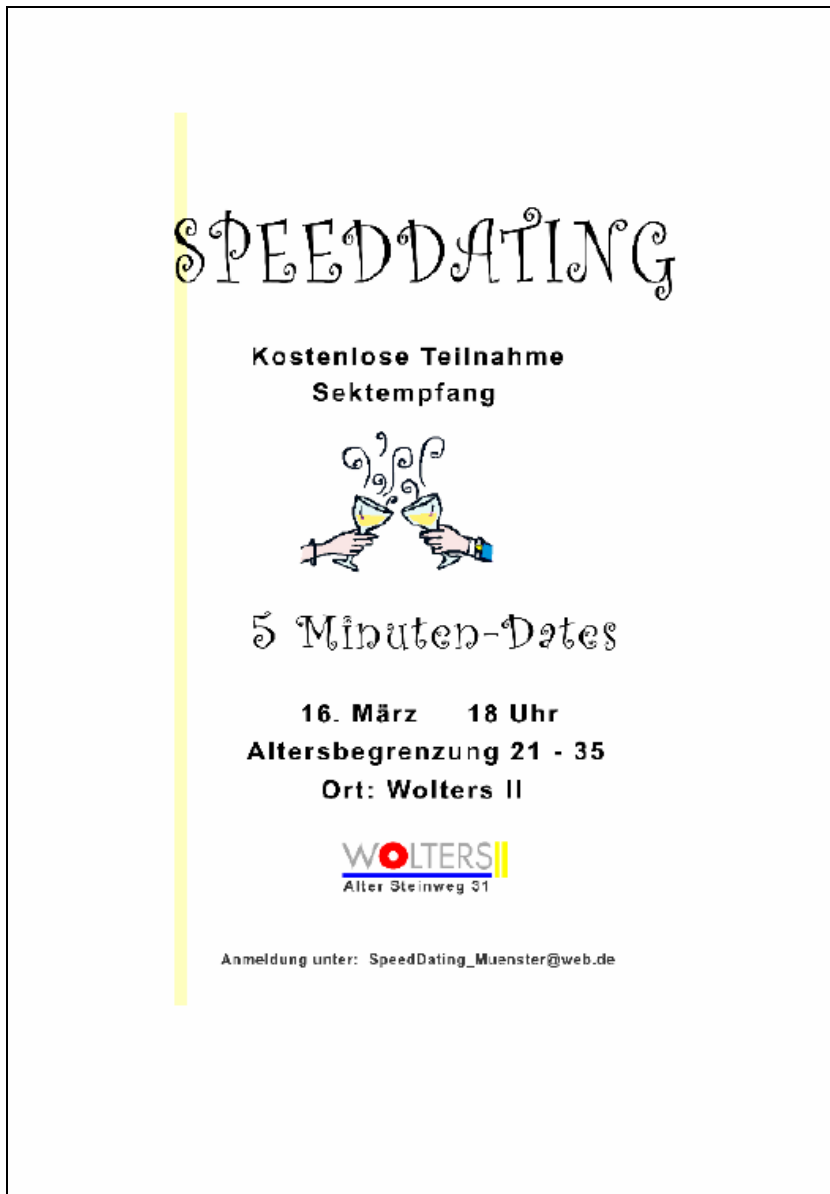
Es gibt meines Wissens bislang keine sprachwissenschaftlichen Untersuchungen zum Thema SpeedDating und Forschungen über kommunikative Muster beim SpeedDating. Diese Arbeit ist ein erster Ansatz für die Erforschung der SpeedDating-Kommunikation, kann aber durch ihren begrenzten Rahmen und dadurch, dass ihr Korpus relativ klein ist (es umfasst nur ein SpeedDating) auch nur begrenzt Anspruch auf allgemeine Aussagen über kommunikative Verfahren beim SpeedDating erheben. Status quo ist nach meiner Arbeit, dass es sich beim SpeedDating um eine sich allmählich verfestigende Gattung handelt und es den institutionellen Gesprächen zuzuordnen ist. Es wäre interessant zu untersuchen, inwieweit es sich in Zukunft noch mehr verfestigt. Ebenso könnte man SpeedDatings in anderen Altersklassen oder auch anderen Städten und Ländern untersuchen und vergleichen, ob sich dort andere kommunikative Muster herausbilden.

¹⁰¹ Ebenfalls zeigt sich in den Gesprächen eine heterogene Verwendung in der Reihenfolge und Realisierung der einzelnen Phasen. Da sie jedoch nicht relevant für die verfestigten bzw. sich verfestigenden Muster in den Gesprächen ist – auf denen mein Fokus liegt – bin ich nicht weiter darauf eingegangen.

Ein weiteres Feld im Zusammenhang mit SpeedDatinggesprächen wären WG-Bewerbungsgespräche, in denen man untersuchen könnte, ob und inwiefern ähnliche kommunikative Verfahren wie beim SpeedDating benutzt werden. Immerhin handelt es sich auch hierbei um ein personthematisches, produktionsorientiertes Gespräch einer Passungsüberprüfung für eine im weiteren Sinne gefassten (WG-)Partnerschaft.

Leider habe ich kein Wissen darüber, ob die Folgegespräche der sechs Matchings stattgefunden haben und ob sie erfolgreich gelaufen sind. Dies wäre natürlich auch eine interessante Quelle, um noch einmal Rückschlüsse auf das SpeedDating zu gewinnen und inwieweit man als Teilnehmer/-in tatsächlich beim SpeedDating die Passungsübereinstimmung adäquat in kurzer Zeit ermitteln kann.

5. Anhang SpeedDating-Plakat



6. Transkriptionskonventionen nach GAT, Stand 1998

Transkriptionskonventionen (nach GAT)

[ja das] finde ich

die innerhalb der Klammern stehenden

[du ab]	Textstellen überlappen sich; d. h. zwei Gesprächspartner reden gleichzeitig;
(.)	sehr kurze Pause (unter 0.3 Sek.);
(-)	Pause unter 0.5 Sek.;
(0.5)	Pause von einer halben Sekunde;
()	unverständlicher Text;
(gestern)	unsichere Transkription;
=	direkter, schneller Anschluss zwischen zwei Äußerungen;
,	leicht steigender Ton;
?	steigender Ton;
;	leicht fallender Ton;
.	fallender Ton;
-	schwebender Ton;
und DA sang sie	akzentuierte Silbe;
und <u>DA</u> sang sie	auffällig starker Akzent;
↑ <Wort Wort>	hohes Tonhöhenregister;
↓ <Wort Wort>	niedriges Tonhöhenregister;
↑ ↓ wo::hr	steigend-fallende Intonationskontur;
a: a::	Silbenlängung;
<<f> und dann>	forte, laut;
<<ff> und dann>	fortissimo, sehr laut;
<<p> und dann>	piano, leise;
<<pp> und dann>	pianissimo, sehr leise;
<<all> und dann>	allegro, schnell;
<<l> und dann>	lento, langsam;
<<ll> und dann>	lentissimo, sehr langsam;
mo((hi))mentan	die Äußerung wird kichernd gesprochen;
hahahaha	Lachen;
hihi	Kichern;
'hh	starkes Ausatmen;
hh'	starkes Einatmen;
((hustet))	Kommentare (nonverbale Handlungen, o. ä.);
<<erstaunt> was?>	interpretierende Kommentare mit Reichweite.

7. Quellenangaben

7.1 Literatur

- Bachtin, Mikhail M. (1979/1986): *The Problem of Speech Genres*. In: *Speech Genres and other Essays*. Hrsg. von Carl Emerson und Michael Holquist. Austin: University of Texas Press. S. 60-102.
- Bartsch, Elmar (2009): *Elementare gesprächsrhetorische Operationen im „small talk“ und ihren Einfluss auf Gesprächsprozesse (1985)*. In: *Sprechkommunikation lehren*. Gesammelte Aufsätze und Vorträge. Bd. 2 1984-1993. Hrsg. von Papst-Weinschenk, Marita. Saarbrücken: Papst.
- Bergmann, Jörg (1995): *Konversationsanalyse*. In: *Handbuch qualitativer Sozialforschung*. Hrsg. von Flick, Uwe et al. Weinheim: PVU, S. 213-218.
- Bolino, Mark J. und William H. Turnley (2003): *More Than One Way to Make an Impression: Exploring Profiles of Impression Management*. In: *Journal of Management*. SAGE 2003 29 (2). S. 141-160. Download: <http://jom.sagepub.com/cgi/content/abstract/29/2/141>. (Stand 30.10.2008).

- Brown, Penelope und Stephen C. Levinson (1987): *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burger, Harald (2002): *Die Charakteristika phraseologischer Einheiten: Ein Überblick*. In: HSK 21.1.: 392-401.
- Busler, Christine und Peter Schlobinsky (1997): „Was er (schon) (...) konstruieren kann – das sieht er (oft auch) als Ellipse an.“ Über 'Ellipsen', syntaktische Formate und Wissensstrukturen. In: Syntax des gesprochenen Deutsch. Hrsg. von Schlobinsky, Peter. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Christmann, Gabriela B. (1996): *Die Aktivität des 'Sich mokierens' als konversationelle Satire. Wie sich Umweltschützer/innen über den 'Otto Normalverbraucher' mokieren*. In: Scherzkommunikation. Hrsg. von Kotthoff, Helga. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 49-80.
- Coupland, Justine und Nikolas Coupland (1992): „How are you?": *Negotiating phatic communion*. In: Language in Society. Vol. 21. Cambridge: Cambridge University Press. S. 207-230.
- Coupland, Justine (2000): *Small Talk*. Hrsg. von Justine Coupland. Harlow: Longman.
- Dana-Brueller: *"Monumentale Albernheit": Warum Speed Dating die schmerzfreieste Dating-Variante ist*. In: jetzt.de. <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/423165>. (Stand 30.11.2009).
- Dieker-Müting, Jürgen (1999): *Vom Anbaggern zum Flirten. Flirten als Lebensform. Psychotherapeutische Beratungsstelle für Studenten (PBS)*. Studentenwerk. Korrekturdatei Stand Oktober 1999. Download: www.studentenwerk-karlsruhe.de/pbsd1.php?f=flirten+als+lebensform.pdf. (Stand 9.12.08).
- Eckert, Hartwig (2004): *Atmung und Stimme*. In: Grundlagen der Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. Hrsg. von Marita Pabst-Weinschenk. München: Ernst Reinhardt. S. 20-31.
- Ellrich, Lutz und Christiane Funken (2007): *Liebeskommunikation in Datenlandschaften*. In: dating.21. Liebesorganisation und Verabredungskulturen. Hrsg. von Marc Ries, Hildegard Fraueneder, Karin Mairitsch. Bielefeld: transcript. S. 67-98.
- Emerson, Robert M., Rachel I. Fretz und Linda L. Shaw (1995): *Writing Ethnographic Fieldnotes*. University of Chicago Press: Chicago.
- Fox, Kate (2004): *SIRC Guide to Flirting. What social science can tell you about flirting and how to do it*. Social Issues Research Centre. Download: <http://www.sirc.org/publik/flirt.pdf>. (Stand 9.12.08).
- Garfinkel, Harold (1967): *„Studies in ethnomethodology.“* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Geissner, Hellmut (1981): *Sprechwissenschaft. Theorie der mündlichen Kommunikation*. Königstein: Scriptor.
- Geissner, Hellmut (1986): *Miteinander sprechen und handeln*. In: Festschrift für Hellmut Geissner. Hrsg. von Slembek, Edith. Frankfurt am Main: Scriptor.
- Geissner, Hellmut (1999): *Entwicklung der Gesprächsfähigkeit. Sprechwissenschaftlich begründete Kommunikations`trainings`*. In: Angewandte Diskursforschung Bd. 2. Methoden und Anwendungsbereiche. Hrsg. von Gisela Brünner, Reinhard Fiehler und Walther Kindt. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Goffman, Erving (1955): *On cooling the mark out. Some aspects of the adaption to failure*. In: Psychiatry 15 (1955). S 451-463.
- Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Goffman, Erving (1963): *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Goffman, Erving (1971): *Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum*. Gütersloh: Bertelsmann.
- Goffman, Erving (1973): *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1994): *Interaktion und Geschlecht*. Frankfurt am Main. Campus.
- Gottburgsen Anne, Susanne Oelkers, Friederike Braun und Thomas Eckes (2005): *Werden Frauen und Männer in Bewerbungsgesprächen unterschiedlich wahrgenommen?* In:

- Linguistische Berichte. Beiträge aus Forschung und Anwendung. Hrsg. von Grewendorf, Günther und von Stechow. Heft 204. S477-503.
- Gumperz, John J. 1989 (7. Auflage von 1982): *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Günthner, Susanne und Hubert Knoblauch (1994): „Forms are the food of faith“. *Gattungen als Muster kommunikativen Handelns*. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 4. S. 693-723.
- Günthner, Susanne (1995): *Gattungen in der sozialen Praxis. Die Analyse „kommunikativer Gattungen“ als Textsorten mündlicher Kommunikation*. In: Deutsche Sprache 25/1: 193-218.
- Günthner, Susanne (2000): *Vorwurfsaktivitäten in der Alltagsinteraktion. Grammatische, prosodische, rhetorisch-stilistische und interaktive Verfahren bei der Konstitution kommunikativer Muster und Gattungen*. Tübingen: Niemeyer 2000.
- Guhr, Dagny (2008): *Argumentation in Courtshipkommunikation. Zu den persuasiven Strategien im Gespräch*. Berlin: Weidler.
- Hahn, Alois (1987): *Identität und Selbstthematization*. In: *Selbstthematization und Selbstzeugnis. Bekenntnis und Geständnis*. Hrsg. von Alois Hahn und Volker Kapp. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hearn, Alison (2008): 'Meat, Mask, Burden': *Probing the contours of the branded 'self'*. In: Journal of Consumer Culture. 2008. Vol. 8. SAGE. S. 197-217. Download: <http://joc.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/2/197>. (Stand 30.10.2008).
- Heimann, Andreas: *Und was machst Du so? Arbeitslosen Alltag*. In: Unispiegel (Spiegel Online): <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,288651,00.html> (Stand 2.03.2004)
- Heritage, John (1988): *Explanations as accounts: a conversation analytic perspective*. In: Antaki, Charles: *Analyzing Everyday Explanation: A Casebook of Methods*. London: Sage. S. 127- 144.
- Heritage, John (1990/1991): *Intention, Meaning and Strategy: Observations on Constraints on Interaction Analysis*. In: *Research on Language and Interaction*. Bd. 24. S. 311-332.
- Illouz, Eva (2006): *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Illouz, Eva (2003): *Der Konsum der Romantik : Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Keller, Wolfgang (2007): *Wer ich bin und was ich kann. Liebes- und Arbeitssuche als netzbasierter Kompetenzkurs*. In: *dating.21. Liebesorganisation und Verabredungskulturen*. Hrsg. von Marc Ries, Hildegard Fraueneder, Karin Mairitsch. Bielefeld: transcript. S. 99-116.
- Kollmann, Karl (2001): *Modellierung der Aufmerksamkeit - Erotik und Chat*. In: *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Hrsg. von Michael Beißwenger. Stuttgart: ibidem. S. 345-364.
- Knoblauch, Hubert (1995): *Kommunikationskultur. Die kommunikative Konstruktion kultureller Kontexte*. Berlin: de Gruyter.
- Krappmann, Lothar (1982): *Soziologische Dimension der Identität*. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Labov, William (1971): *Das Studium der Sprache im sozialen Kontext*. In: *Aspekte der Soziolinguistik*. Hrsg. von Wolfgang Klein und Dieter Wunderlich. Frankfurt am Main: Athanaeum. S. 111-194.
- Lair, Daniel J., Katie Sullivan und George Cheney (2005): *Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric and Ethics of Personal Branding*. In: *Management Communication Quarterly*. SAGE 2008. Vol 18, No 3. S. 307-343. Download: <http://mcq.sagepub.com/cgi/content/abstract/18/3/307> (Stand 30.10.2008).
- Laver, John (1975): *Communicative Functions of Phatic Communion*. In: *Organization of Behavior in Face-to-Face Interaction*. Hrsg. von Kendon, Adam, Richard M. Harris und Mary Ritchie Key. Paris: Mouton. S. 215-238.

- Laver, John (1981): *Linguistic Routines and Politeness in Greeting and Parting*. In: Conversational Routine. Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech. Hrsg. von Coulmas, Florian. Paris: Mouton. S. 289-304.
- Lemke, Siegrun (2006): *Sprechwissenschaft/Sprecherziehung*. Ein Lehr- und Übungsbuch. Unter Mitarbeit von Graubner, D. und Lüssing, Ph., Frankfurt/M., Berlin, Bern: Lang.
- Lepschy, Annette (1995): *Das Bewerbungsgespräch. Eine sprechwissenschaftliche Studie zu gelingender Kommunikation aus der Perspektive von Bewerberinnen und Bewerbern*. St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag.
- Lepschy, Annette (2002): *Lehr- und Lernmethoden zur Entwicklung von Gesprächsfähigkeit*. In: Angewandte Diskursforschung. Bd. 2: Methoden und Anwendungsbereiche. Hrsg. von Brünner, Gisela, Fiehler, Reinhard und Kindt, Walther. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 50-71.
- Levinson, Stephen C. (2000): *Conversational Structure*. In: Pragmatik. Hrsg. von Stephen C. Levinson. Tübingen: Niemeyer. S. 309-416.
- Luckmann, Thomas (1986): *Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen*. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 27, 191-211.
- Luckmann, Thomas (1988): *Kommunikative Gattungen im kommunikativen 'Haushalt' einer Gesellschaft*. In: Der Ursprung von Literatur. Hrsg. von Smolka-Koerdt et al.. München: Fink. S. 279-288.
- Malinowski, Bronislaw (1972): *The Problem of Meaning in primitive Languages*. In: The Meaning of Meaning. A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism. Hrsg. von Charles K. Ogden und Ivor A. Richards. 10. Edition (8. Impression) 1972 (Reprint von 1923). London: Routledge & Kegan Paul.
- Mead, G.H. (1991): *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Moscovici, Serge (1995): *Geschichte und Aktualität sozialer Repräsentationen*. In: Psychologie des Sozialen. Repräsentationen in Wissen und Sprache. Hrsg. von Uwe Flick. Hamburg: Rowohlt.
- Müller, A., K.J. Jonas und M. Boos (2002): *Cognitive Mapping von Marken – Sozialpsychologische Grundlagen eines ganzheitlichen Ansatzes*. In: Sozialpsychologie wirtschaftlicher Prozesse. Beiträge des 17. Hamburger Symposions zur Methodologie der Sozialpsychologie. Hrsg. von Erich H. Witte. Lengerich: Pabst Science Publishers. S. 64-89.
- Nothdurft, Werner (1996): *Schlüsselwörter. Zur rhetorischen Herstellung von Wirklichkeit*. In: Gesprächsrhetorik. Rhetorische Verfahren im Gesprächsprozess. Hrsg. von Kallmeyer, Werner. Tübingen: Narr. S. 351-418.
- Pförsch, Waldemar und Indrajanto Müller (2006): *Die Marke in der Marke. Bedeutung und Macht des Ingredient Branding*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Rath, Rainer (1979) : *Kommunikationspraxis. Analysen zur Textbildung und Gliederung im gesprochenen Deutsch*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Ries, Marc (2007): *„Zeigt mir, wen ich begehren soll“*. *Begegnung und Internet*. In: dating.21. Liebesorganisation und Verabredungskulturen. Hrsg. von Marc Ries, Hildegard Fraueneder, Karin Mairitsch. Bielefeld: transcript. S. 11-24.
- Schmitt, Reinhold (1992): *Die Schwellensteher. Sprachliche Präsenz und sozialer Austausch in einem Kiosk*. Tübingen: Narr.
- Schmitt, Reinhold (2003): *Inszenieren: Struktur und Funktion eines gesprächsrhetorischen Verfahrens*. In: Gesprächsforschung. Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion. Ausgabe 4, 2003. S. 186-250.
- Schneider, Klaus P. (1986): *Stereotype und Sprachbewusstsein: Beispiel ‚small talk‘*. In: Sprachwissenschaft und Volkskunde. Perspektiven einer kulturellen Sprachbetrachtung. Hrsg. von Herbert E. Brekle und Utz Maas. Opladen: Westdeutscher Verlag. 140-154.
- Schwitalla, Johannes (1979): *Metakommunikation als Mittel der Dialogorganisation und der Beziehungsdefinition*. In: Arbeiten zur Konversationsanalyse. Hrsg. von Jürgen Dittmann. Tübingen: Niemeyer.

- Selting, Margret (1995): *Prosodie im Gespräch. Aspekte einer internationalen Phonologie der Konversation*. Tübingen: Niemeyer.
- Selting, Margret (1997): *Sogenannte 'Ellipsen' als interaktiv relevante Konstruktionen? Ein neuer Versuch über die Reichweite und Grenzen des Ellipsenbegriffs für die Analyse gesprochener Sprache in der konversationellen Interaktion*. In: Schlobinski, Peter (Hrsg.): *Syntax des gesprochenen Deutsch*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Selting, Margret et al. (1998): *Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem (GAT)*. In *Linguistische Berichte* 173. S. 91-122.
- Steiger, Kerstin (2006): *Account*. Download: gais.ids-mannheim.de/information/glossar/account.pdf. (Stand 9.11.2008).
- Stein, Stephan (1995): *Formelhafte Sprache. Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch*. Frankfurt am Main: Lang.
- Timm, Andreas (2004): *Partnerwahl und Heiratsmuster in modernen Gesellschaften. Der Einfluss des Bildungssystems*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Vološinov, Valentin N.1929/1975: *Marxismus und Sprachphilosophie*. Frankfurt am Main: Ullstein.
- Wolf, Ricarda (1993): *Beobachtungen zur Selbstdarstellung und Bearbeitung von Stereotypen in einem Gespräch zwischen ost- und westdeutschen Frauen*. Report Nr. 7/93 der Forschungsgruppe Nationale Selbst- und Fremdbilder in osteuropäischen Staaten – Manifestationen im Diskurs (1993). Zentrum für interdisziplinäre Forschung der Universität Bielefeld.
- Wendy Nelson Espeland (2002): *Commensuration and Cognition*. In: *Culture in Mind. Toward a Sociology of Culture and Cognition*. Hrsg. von Karen A. Cerulo. New York: Routledge.
- Wyss, Eva (2006): *Metamorphosen des Liebesbriefs im Internet. Eine korpusgestützte textlinguistische und kommunikationswissenschaftliche Bestimmung des Liebesbriefs und seiner Pendants im Internet*. In: Höflich, Joachim/Gebhardt, Julian (Hg.) *Vermittlungskulturen im Wandel: Brief – E-Mail – SMS*. Frankfurt a.M.: Lang. S. 199-231. In dieser Arbeit wird die Version vom Stand 07.12.2006 verwendet, Download unter: http://www.evawyss.ch/_pdf_publicationen/wy_03_lb_internet.pdf. (Stand 9.12.08).

7.2 Internetadressen

Forschergruppe Topik und Tradition: <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/izma/forschung/topik/theorie.html>. (Stand 9. 12.08).

Partnervermittlungen:

Blind Date Dinner: Silent Dating. <http://www.blind-date-dinner.de/modules.php?op=modload&name=Content&file=kat&secid=1213> (Stand 30.11.2009).

SpeedDating: www.speeddating.de. (Stand 9.12.08).

Der grosse Singlebörsen-Vergleich: <http://www.singleboersen-vergleich.de/blinddate.htm>. (Stand 30.11.2009).

Local global: http://www.localglobal.de/sixcms/detail.php?id=775823&template_id=3693&t=home. (Stand 9.12.08).

Web-Seiten von „Parship“:

<http://www.parship.de/docs/public/news/rauchen.xhtml>. (Stand 9.12.08).

<http://www.parship.de/start>. (Stand 9.12.2008).

Andere Web-Seiten:

digital peoble: <http://www.digitalpeople.net/> (Stand 30.11.2009).

first tuesday: <http://www.firsttuesday.de/> (Stand 30.11.2009).

i2b Portal: http://www.ft-bremen.de/index.php?rubrik=131&session_id=ABznEf34a1xPvw

OpGHEA7dm5bCUebXTU&log_id=8923966 (zuletzt eingesehen am 30.11.2009).
Kinderriegel: <http://www.kinderriegel.de/index2.html> (Stand 29.11.2009).
Local global business medien (2008): Speedmatching Event: CeBIT meets India.
http://www.localglobal.de/sixcms/detail.php?id=775823&template_id=3693&_t=home
(Stand 30.11.2009).