Kulturen der Gesellschaft 19

Peinlichkeit

Formen und Funktionen eines kommunikativ konstruierten Phänomens

Bearbeitet von
Julia Döring

1. Auflage 2015. Taschenbuch. 268 S. Paperback
ISBN 978 3 8376 3145 6
Format (B x L): 14,8 x 22,5 cm
Gewicht: 423 g

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Kommunikationswissenschaft > Verbale & Nonverbale Kommunikationsprozesse

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Julia Döring

Peinlichkeit

Formen und Funktionen eines kommunikativ konstruierten Phänomens

[transcript] Kulturen der Gesellschaft

Aus:

Julia Döring
Peinlichkeit
Formen und Funktionen eines
kommunikativ konstruierten Phänomens

August 2015, 268 Seiten, kart., 29,99 €, ISBN 978-3-8376-3145-6

Peinlichkeit wird klassischerweise entweder auf ihre sichtbare Oberflächenebene reduziert und als Fauxpas betrachtet oder emotionspsychologisch als negative Selbsteinschätzung bzw. soziale Angst begriffen. Julia Döring hingegen versteht Peinlichkeit als genuin kommunikatives Phänomen, bei dem eine innere Erfahrungs- von einer äußeren Ereignisebene unterschieden werden kann. Mit dieser analytischen Leitdifferenz entwickelt sie ein umfassendes Begriffsinventar der Peinlichkeit, das auch Sonderformen des Peinlichen wie die so genannte »Fremdscham« erfasst. Anhand einer empirischen Studie über moderne Junggesellenabschiede zeigt sie darüber hinaus Bedeutungs- und Funktionsmöglichkeiten ritualisierter Peinlichkeit auf.

Julia Döring, Kommunikationswissenschaftlerin, promovierte bei Prof. em. Dr. H. Walter Schmitz am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Duisburg-Essen.

Weitere Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3145-6

© 2015 transcript Verlag, Bielefeld

Inhalt

1. Einleitung | 9
1.1 Alltagsweltliche und wissenschaftliche Ausgangslage | 9
1.2 Problemstellung | 13
1.3 Eine kommunikationswissenschaftliche Betrachtungsweise und ihre Vor-Urteile | 14
1.4 Zielsetzung und Leitfragen | 16
1.5 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Untersuchung | 17

2. Begriffe und Merkmale von Peinlichkeit | 21
2.1 „Peinlichkeit" als Bezeichnung | 23
2.2 Peinlichkeit als sozialer Organisationsmechanismus | 28
2.3 Peinlichkeit als Emotion der Selbstbewertung | 31
2.4 Peinlichkeit als emotionaler Reaktionsmechanismus | 52
2.5 Kommunikationswissenschaftliches Zwischenfazit | 57

3. Peinlichkeit als kommunikative Erfahrung | 59
3.1 Peinlichkeit als Exponierung des Selbst | 60
3.2 Peinlichkeit als defizitäres öffentliches Selbstbild | 82
3.3 Peinlichkeit als Exponierungsbeobachtung | 93
3.4 Zusammenfassung | 104

4. Peinlichkeit als kommunikatives Ereignis | 109
4.1 Ausdruck und Anschlusshandlung als kommunikative Ereignisdimensionen | 113
4.2 Kommunikative Ausdrucksmerkmale von Peinlichkeit | 117
4.3 Lachen – Grenzphänomen zwischen Ausdruck und Handlung | 130
4.4 Anschlusshandlungen peinlichkeitsempfindender Kommunikationsakteure | 138

5. Ritualisierte Peinlichkeit | 171
5.1 Ritualhandlungen | 172
5.2 Merkmale ritualisierter Peinlichkeit | 179
5.3 Das Ritual des Junggesellenabschieds | 184
5.4 Ritualisierte Peinlichkeit beim modernen Junggesellenabschied | 187

6. Abschließende Bemerkungen | 227

7. Literaturverzeichnis | 231

8. Anhang | 245
8.1 Hintergrund und Rahmen der explorativen Feldstudie | 245
8.2 Kurzbeschreibungen der begleiteten Feiern | 248
8.3 Interviews | 256

1. Einleitung

> „Nicht mehr, wer die strenge Sitte verfehlt, gilt als peinlich. Immer öfter ist das Gegenteil der Fall."
> HECHT 2009: 50

1.1 ALLTAGSWELTLICHE UND WISSENSCHAFTLICHE AUSGANGSLAGE

Der häufigen und anscheinend intuitiven alltagssprachlichen Verwendung des Ausdruckes „peinlich", welche in öffentlichen Kontexten vor allem im Zusammenhang mit *konkreten* Peinlichkeitszuweisungen an Dritte beobachtet werden kann[1], stehen Unsicherheit und Dissens gegenüber, was *im Allgemeinen* als „peinlich" oder „Peinlichkeit" zu bezeichnen sei. Dies liegt offensichtlich am dynamischen und mannigfaltigen Charakter der mit diesem Wort bezeichneten Phänomene: Zwar hängen Peinlichkeiten erfahrungsgemäß immer „irgendwie" mit der Verletzung so-

1 So konstatiert Gumbrecht beispielsweise: „Interessanter finde ich den Eindruck […], dass das Wort ‚peinlich' in Deutschland vor allem im Kontext von Peinlichkeitszuweisungen an andere verwendet wird. Statt die Möglichkeit des Auslösens von Peinlichkeit zu antizipieren und zu vermeiden, […] versäumt man es nicht nur, den anderen Peinlichkeit zu ersparen, sondern rammt Gründe für Peinlichkeit in ihr Selbstbild ein." (Gumbrecht 2012: 2) In medialen Debatten über Verhaltensweisen von Personen des öffentlichen Lebens, z.B. Politikern wie Karl-Theodor zu Guttenberg oder Christian Wulff, geht es nicht selten darum, ob und inwiefern deren Verhalten nicht nur falsch oder moralisch verwerflich, sondern schlichtweg „peinlich" sei. So titelten Zeitungen über die Wulff-Affäre „Wenn einem nichts peinlich ist" (vgl. Stern Online 2012) oder „Kollektives Fremdschämen: Warum Wulffs Auftritte so peinlich sind." (vgl. Focus Online 2012), bei Artikeln über zu Guttenbergs Plagiats-Affäre fanden sich Überschriften wie „Peinlich, peinlicher, Guttenberg" (vgl. Financial Times Deutschland Online 2011) oder „Guttenberg-Affäre: Ein Skandal – oder einfach nur peinlich?" (vgl. Wochenblatt Online 2011).

zialer Erwartungshaltung oder Norm(alität) im Bereich des Konventionellen zusammen, doch aufgrund von Perspektivendivergenzen bezüglich ihrer generellen oder situativen Gültigkeit ist oft unklar, was wann für wen zu einer Peinlichkeit wird. Ein Mangel an übergeordneten und zentralen Deutungshoheiten, die über Comment, Etikette und Benehmen bestimmen, führt dazu,

„dass es ‚unsere Maßstäbe' nicht mehr in derselben Weise gibt wie ehedem. Sich im Internet exhibitionistisch darzustellen oder an Stränden nackt auszuziehen, im Fernsehen Liebeserklärungen zu machen oder Ehekrisen auszubreiten, in der U-Bahn mit kurzen Hosen oder tiefem Dekolleté aufzutreten – das kann dem einen peinlich vorkommen, dem andern normal oder gar amüsant." (Greiner 2011: 1)

Zu solchen Perspektivendivergenzen treten soziale und situative Rollenverschiedenheiten des Individuums hinzu:

„Ein Bauarbeiter kann vorübergehenden Damen nachpfeifen; in der Oper wird dasselbe Verhalten als peinlich beobachtet, aber auch als Ausdruck für unverhohlene Männlichkeit; die Dame, die dieses Verhalten lautstark würdigt, gleitet selbst in die Zone der Peinlichkeitsbeobachtung. Ein Philosoph, der in einem Gespräch sich nicht erinnert, wer ‚Sein und Zeit' geschrieben hat, produziert eine Peinlichkeit im Rahmen seiner Sozialkontexte; beim Friseur tritt die Frage nicht auf, und wenn: so wäre auch das peinlich." (Fuchs 2008: 212)

Entsprechend schwierig ist es, in jeder Situation antizipieren zu können, welche Gesten und Äußerungen von anderen als passend, mutig oder sympathisch beurteilt und welche als unangemessen, geschmacklos und peinlich empfunden werden. Von Moos stellt fest, dass

„es im heutigen Alltagshandeln schwieriger denn je geworden ist, Fehltritte zu vermeiden. In unserer komplexen, pluralistischen, weltweit uniform werdenden Gesellschaft verkehren wir in den verschiedensten, sich überlagernden Beziehungen, Rollen und Situationen miteinander und können nie sicher wissen, wem wir wodurch ‚zu nahe treten', weil wir die anderen, auch wenn wir sie in einer einzigen Funktion ansprechen, selten so gut kennen, dass wir alle privaten, beruflichen, schichtenspezifischen, altersmäßigen, religiösen, politischen u.a. Lebensbereiche, in denen sie sich sonst noch aufhalten, bei der Kommunikation mitberücksichtigen können. So kommt es immer häufiger vor, dass wir im Hause des Gehenkten vom Strick reden, weil wir einfach nichts vom Hängen gehört haben. Die Unsicherheit wächst noch dadurch, dass eine Menge traditioneller Anstandsregeln nur noch situativ gelten und nicht automatisch routinemäßig angewandt werden können." (von Moos 2001b: 73)

Die Pluralisierung von Verhaltenscodes, eine teilweise unüberschaubare Rollenvielfalt und ein fluktuierendes Regelwerk für das jeweils „richtige" Benehmen stel-

len also soziale Orientierungs- und Handlungsanforderungen an das moderne Individuum, die nicht bloß gesellschaftliche Regelinternalisierungen, sondern ein ausgeprägtes Kommunikationsgeschick erfordern. Entsprechend kann Peinlichkeit nicht systematisch zurückgeführt werden auf die Abweichung von allgemeingültigen Benimmregeln, vielmehr benötigt man für gelungene Selbstdarstellungen ein Höchstmaß an kommunikativer *Flexibilität*, das einem solche Abweichungen situativ ermöglicht.[2] Für die Vielzahl uneindeutiger Situationskontexte und Rollenerwartungen braucht man Gesten und Antworten, die gezielt gewisse Interpretationsspielräume zulassen, zugleich jedoch kommunikativ anschlussfähig bleiben, sodass man überzeugend *wirkt*, ohne dabei allzu (selbst)überzeugt zu *klingen*.[3] Dabei gilt es, das eigene Auftreten möglichst nonchalant an die jeweils aktuellen Umstände und Trends anzupassen, denn nichts ist peinlicher, als sich mit dem bereits Überholten, dem „Mega-Outen" – ob Kleidungsmode, gesellschaftlicher Diskurs, technische Ausrüstung, Musik oder Freizeittrend – zu brüsten und öffentlichen Beifall dafür zu erwarten. „Wollen wir uns also nicht dauernd blamieren, müssen die Ansprüche, die diese komplexen Situationen an uns stellen, permanent abgestimmt, gewartet und modernisiert werden wie ein großes Uhrwerk. Die Freiheit der Möglichkeiten wirkt dabei auf manche ängstliche Menschenseele keineswegs selbstbewusstseinsfördernd." (Briegleb 2009: 14)

Die Gratwanderung zwischen „total cool" und „mega peinlich" kann dabei bekanntermaßen ein äußerst schmaler Balanceakt sein, was ironischerweise bei den vermeintlich so gut kontrollier- und manipulierbaren virtuellen Selbstinszenierungen (Facebook, Twitter und Co.) besonders augenfällig wird: Dort wird die Flüchtigkeit situativen Verhaltens zu einem gezielt produzierten (und damit potentiell viel peinlicheren), manifesten und nicht selten unbeschränkt zugänglichen Bild, für das kritische Beobachter stets Peinlichkeitsgründe finden.

---

2 Hier handelt es sich um „Strukturprobleme" im luhmannschen Sinne, die bei der Generalisierung von Verhaltenserwartungen auftreten: „Das Bestreben, Komplexität zu erfassen, führt zur Spezifizierung der generalisierten Sinnstrukturen, und daraus ergeben sich systemimmanente Widersprüche – so zwischen Personen, die sich individualisieren, zwischen Rollen, Programmen, Werten und auch innerhalb des jeweils identifizierten Erwartungskontextes. Mit steigender Komplexität muß die Toleranz für solche Widersprüche wachsen, wirksamere Routinen der Konfliktlösung müssen institutionalisiert und Sinnfixierungen müssen entscheidbar, also variabel generalisiert werden." (Luhmann 1970: 121f.)

3 Denn Peinlichkeit scheint sich immer dann zu potenzieren, wenn augenfällig wird, dass derjenige, welcher stilistisch versagt, höchst ambitioniert und überzeugt auftritt (vgl. Hecht 2009).

„Nahezu unmöglich und vor allem furchtbar anstrengend ist es geworden, im weit und subtil verästelten analog-virtuellen Netzwerk stets die Balance aus lässigem Understatement, hübscher Ironie und gleichzeitiger Selbstvermarktung zu pflegen. Die Codes sind unendlich: Mit dem neuesten Smartphone prahlen? Peinlich! Immer noch keines haben? Peinlich! Zuckersüße Pärchenfotos auf Facebook veröffentlichen? Peinlich! Das eigene Mittagessen abfotografieren, den Stolz über den neuen Job allzu offensichtlich zeigen? Zu viele Freunde haben? Zu wenige? Peinlich, peinlich! Musik hochladen, die alle schon kennen? Musik hochladen, die nie irgendwer kennt? PEINLICH!“ (Pauer 2011: 2)

Der weit verbreitete Anspruch, sich möglichst individuell, selbstbestimmt und schamfrei[4] zu zeigen, führt darüber hinaus dazu, dass nicht nur der augenfällige Regelverstoß gegen öffentliche Verhaltensstandards, sondern dessen genaues Gegenteil – das betont korrekte und angepasste Verhalten – als peinlich empfunden werden kann.

„Inmitten von lässig, locker, cool wird auf einmal als peinlich erlebt, was zu ernsthaft, steif oder ungestylt daherkommt. Bis in die 1950er Jahre war der Rumtreiber, der ‚Gammler‘ – später der Hippie – der guten Gesellschaft höchstpeinlich. Seit den 1970er Jahren ist es eher umgekehrt: Jetzt ist der Spießer peinlich […]. Wo vorher noch alles, was von der Norm abwich, zu Peinlichkeitsattacken führte, wird plötzlich die Bügelfalte, der ondulierte Haarsprayhelm, das Akkurate – generell: das Konforme zum Objekt des Peinlichen.“[5] (Hecht 2009: 50)

Kann Peinlichkeit aber nicht auf den offensichtlichen Fauxpas, das zufällige Missgeschick oder die unbedachte Taktlosigkeit reduziert werden, muss über eine andere, erweiterte Bedeutung des Peinlichen nachgedacht werden, die nicht zuletzt – oder vielmehr gerade – auch Sonderformen und -bedeutungen des Peinlichen, d.h. untypische Peinlichkeitsphänomene, erfassen und erklären können muss.[6]

4 „Schamfrei“ meint hier nicht „schamlos“, sondern die Neigung, sich als „nicht beschämbar“, als erhaben über jegliche Beschämungen zu inszenieren, die als besonders typisch für das moderne Individuum angesehen werden kann (vgl. Kölling 2004: 51).

5 So sind z.B. an die Stelle von als „altmodisch“ entwerteten Zurückhaltungs- und Selbstbeschränkungsnormen in vielen Bereichen, etwa Ritualen der Unternehmenskultur, in den letzten Jahren vermehrt entgegengesetzte Offenheits- und Spontaneitätszwänge getreten (vgl. Rehberg 2001: 443).

6 So wird Peinliches etwa in manchen rituellen Kontexten, z.B. modernen Junggesellenabschieden, Spielen wie „Flaschendrehen“ und „Wahrheit oder Pflicht“ oder der Eingliederung ins Militär, ganz gezielt herbeigeführt und scheint weder ein unerwartetes noch situativ unangemessenes Ereignis darzustellen (vgl. Miller 1996; Braithwaite 1995).

1.2 PROBLEMSTELLUNG

> „Die Schwierigkeit, der man sich stellt, wenn man ‚Peinlichkeit' beobachten will, ist der ‚Allerweltscharakter' des Phänomens. Die entsprechende Emotion ist vielen Menschen im Binnenkontakt wohl vertraut. Sie ist ersichtlich via Sozialisation erlernt und würde ohne die Referenz auf ‚Kommunikation' keinen Sinn machen."
> FUCHS 2008: 209

Um Näheres und Allgemeingültiges über das aussagen zu können, was jedem persönlich nur allzu gut vertraut ist, da er es intuitiv[7] erkennt, während er es als situativen psycho-physischen Zustand im Alltag immer wieder selbst erleidet, muss der Wissenschaftler gerade dieses „Situativ-Intuitive" hinterfragen, künstlich zerlegen und in abstrakten Begriffen wiedergeben.

Dies ist jedoch kein leichtes Unterfangen: Neben der Schwierigkeit, sich diesbezüglich von der eigenen „individuellen Welttheorie" (vgl. Ungeheuer 1987) im Sinne subjektiver Meinung und Ansicht darüber, was aus welchen Gründen peinlich sei, so gut es geht zu distanzieren, geben auch erste Überlegungen zu allgemeinen Peinlichkeitsinhalten wenige Ansatzpunkte: Da sich Peinlichkeit in höchst divergenten soziokulturellen Sinnsphären konstituiert und als konkretes Ereignis stets *situativ* manifestiert, ist sie als kommunikatives Phänomen nicht nur sehr flüchtig, sondern zugleich äußerst inhalts- bzw. formflexibel, weshalb sowohl zu strenge Sitte als auch Sittenwidrigkeit, Rebellentum als auch Konformismus Objekte des Peinlichen bilden können. Eine Erfassung all jener Erscheinungen, die der Peinlichkeitsbegriff umfasst, d.h. die Bestimmung seiner *begrifflichen Extension*, ist also nicht ohne Weiteres möglich. Daher möchte ich mich maßgeblich einer näheren Bestimmung der *Intension* des Peinlichkeitsbegriffes widmen und nach seiner allgemeinen *Tiefenstruktur* fragen, welche sich selbstverständlich davon, wie Peinlichkeit real erscheint, unterscheidet. Doch auch dabei wird man ohne ein erstes Verständnis darüber, welche grundlegenden Wirklichkeitsaspekte mit „Peinlichkeit" gemeint sind, welche *Art* von Phänomenen unter ihren auch noch so vorläufigen Begriff fallen, nicht weit vorankommen können.

---

7 Schließlich wissen wir im Alltagsleben ganz genau, was uns peinlich ist und was nicht. Wir müssen nicht darüber nachdenken, ob und inwiefern bestimmte Kriterien auf ein Ereignis zutreffen, um festzustellen, ob es uns peinlich ist.

Das heißt, es muss zuerst bestimmt werden, auf welchen Phänomenbereich der Peinlichkeitsbegriff im Folgenden bezogen wird: Auf Unlust-Gefühle, Interaktionsstörungen, sprachliche Bewertungen oder soziale Ordnungsmechanismen?

Dabei hat sich ein erstes Vor-Urteil über die Beschaffenheit des Untersuchungsgegenstandes bereits eingeschlichen – die Behauptung, Peinlichkeit sei ein *kommunikatives* Phänomen – ohne diese als solche explizit kenntlich gemacht oder näher begründet zu haben. Nun könnte man sich fragen, warum Peinlichkeit zwangsläufig etwas Kommunikatives sein sollte, scheint doch gerade das Peinlichkeitsgefühl ein außerordentlich individuell-innerliches Erlebnis zu sein.

Damit ist bereits eine zweite Fragestellung tangiert, welche sich maßgeblich auf die Bestimmung des zu untersuchenden Phänomenbereiches auswirkt und in der Wahl der *Betrachtungsperspektive*, die man auf diesen einnimmt, besteht. Durch sie werden wesentliche Vor-Urteile über die Beschaffenheit des Untersuchungsgegenstandes festgelegt.

1.3 EINE KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHE BETRACHTUNGSWEISE UND IHRE VOR-URTEILE

In der vorliegenden Untersuchung wird eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf Peinlichkeit eingenommen, welche nach kommunikationstheoretischen Grundlagen und Konsequenzen von Peinlichkeit als einem Phänomen fragt, das sowohl zwischen Menschen bzw. durch Zwischenmenschlichkeit entsteht, als auch dort seine typische Wirksamkeit entfaltet, d.h. einen genuin kommunikativen Charakter besitzt.[8]

Unter „Kommunikation“ werden dabei nicht allein sprachliche Handlungen verstanden, vielmehr wird der Kommunikationsbegriff von Gerold Ungeheuer (vgl. Ungeheuer 1987) zugrunde gelegt, welcher Kommunikationsprozesse als *vermittelte Sozialhandlungen* betrachtet, in denen Sprache, nonverbale Zeichen und sozi-

8 Dies bedeutet freilich nicht, dass Peinlichkeit nur als ein solches kommunikatives Phänomen fruchtbar untersucht und erfasst werden könnte. So können sich psychologische Studien berechtigterweise darauf beschränken, Peinlichkeit als rein subjektives Gefühlsphänomen mit einer individualpsychologisch bedingten Verursachung und einer innerpsychischen Wirksamkeit zu untersuchen, so wie die Medizin Peinlichkeitsphänomene als primär physiologische Vorgänge zu beschreiben vermag. Dennoch werden auch solche Betrachtungsperspektiven ohne eine grundlegende Berücksichtigung des kommunikativen Charakters von Peinlichkeitsphänomenen (in irgendeiner Form) wohl nur zu bedingt gültigen bzw. zutreffenden Beschreibungen und Einsichten bezüglich eines Peinlichkeitsbegriffes gelangen.

operzeptiver Kontakt[9] Medien der Verständigung und Handlungssteuerung darstellen.

Als Kommunikationswissenschaftlerin möchte ich Peinlichkeit im Folgenden sowohl als *kommunikative Erfahrung* (im Sinne von Peinlichkeit als einer kommunikativen Emotion) als auch als *kommunikatives Ereignis* (im Sinne der kommunikativen Wirksamkeit dieser Emotion auf die von ihr betroffenen Kommunikationsakteure) betrachten und untersuchen. Die beiden Ausdrücke „Erfahrung" und „Ereignis" dürfen insoweit nicht missverstanden werden, als eine Peinlichkeitserfahrung kein Ereignis sei oder das situative Peinlichkeitsereignis nicht die Erfahrung des betroffenen Kommunikationsakteurs inkludieren würde. Sie dienen lediglich dazu, die beiden grundlegenden Phänomenbereiche von Peinlichkeit analytisch voneinander zu unterscheiden: So bezieht sich die Ebene der Peinlichkeitserfahrung vorrangig auf die Innen-Seite menschlichen Erlebens und ist anderen nicht unmittelbar zugänglich, die Ebene des Peinlichkeitsereignisses bezieht sich hingegen vorrangig auf die beobachtbare Außen-Seite.

Peinlichkeit wird somit einerseits als kommunikatives Ereignis begriffen, das in interaktiven Situationen zwischen Menschen entsteht und *typische* kommunikative Ausdrucksformen, z.B. Erröten oder Wegblicken, und Handlungsfolgen, z.B. Rechtfertigungen, Entschuldigungen oder Ablenkungsmanöver, besitzt. Insofern ist sie mehr als bloßes Gefühl. Andererseits scheint es folgerichtig, die *notwendige Grundlage* aller empirischen Peinlichkeitsphänomene in einem solchen Gefühl zu verankern, ist die Peinlichkeitsemotion doch zwingend erforderlich, damit so etwas wie eine „peinliche" Situation empirisch überhaupt vorliegt: Wenn niemand eine Situation als peinlich empfindet, ist es wenig sinnvoll, sie aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als ein Peinlichkeitsphänomen zu klassifizieren.[10]

Dem Einwand, dass ein Peinlichkeitsbegriff, der innere Erfahrungsphänomene des Individuums als begriffliche Basis betrachte, das charakteristisch Peinliche der äußeren Situationsumstände ignoriere, aus der das Peinlichkeitsgefühl doch erst als Reaktion hervorgehe, ist zu entgegnen, dass ja nicht irgendwelche äußeren Umstände oder Ereignisse notwendigerweise Peinlichkeitsgefühle verursachen, sondern

9 Unter sozioperzeptivem Kontakt versteht Ungeheuer die zwischenmenschliche Wahrnehmung der ganzen Person, die auch dort Verständigung sichern kann, wo Sprache an ihre Grenzen kommt.

10 Natürlich können Außenstehende, z.B. Beobachter oder Journalisten, bestimmte Situationen sprachlich berechtigterweise als „peinlich" oder „Peinlichkeit" bezeichnen, ohne dass die Situationsbeteiligten sie als peinlich empfanden oder die Außenstehenden selbst Peinlichkeitsgefühle hätten. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass die alltagssprachliche Verwendung von Ausdrücken nicht immer den strengen Regeln der wissenschaftlichen Redeweise genügt.

erst deren jeweilige Empfindung.[11] Diese Empfindung kann als eine kommunikative Erfahrung mit einer bestimmten begrifflichen Struktur betrachtet werden. Hier möchte ich herausarbeiten, wie Individuen die ihren Peinlichkeitsempfindungen zugrunde liegenden konstitutiven Erfahrungsstrukturen *konzipieren* würden, wenn sie es *könnten* und dazu veranlasst *würden*. Die spezifische Erlebnisphänomenologie von Peinlichkeit tritt bei einer solchen Betrachtungsweise in den Hintergrund.

Die kommunikative Ereignisebene von Peinlichkeit als situative Wirksamkeit dieser Empfindung beim betroffenen Kommunikationsakteur umfasst Ausdrucks-, Reaktions- und Handlungsformen, die charakteristischerweise aus seiner inneren Peinlichkeitsempfindung hervorgehen und sich als sicht- und deutbare kommunikative Zeichen manifestieren.

Angelehnt an diese Vor-Urteile werden bei der begrifflichen Analyse von Peinlichkeit sowohl *kommunikative* als auch *extrakommunikative Betrachtungsweisen* (vgl. Ungeheuer 1972) Anwendung finden, um Peinlichkeitsphänomene zum einen aus der Innenperspektive peinlichkeitsempfindender Akteure, zum anderen aus der Außenperspektive der kommunikativen Wirkungsweise solcher Empfindungen bei betroffenen Akteuren beleuchten zu können.

1.4 ZIELSETZUNG UND LEITFRAGEN

Das Ziel der Untersuchung besteht darin, eine kommunikationswissenschaftliche Begrifflichkeit für Peinlichkeitsphänomene zu entwickeln, die mit den oben getroffenen kommunikationswissenschaftlichen Vor-Urteilen über den empirischen Phänomenbereich, den der Peinlichkeitsbegriff umfassen soll, verbunden ist. Ein zusätzliches Interesse gilt dabei Phänomenen ritualisierter Peinlichkeit, deren besondere Konstitutionsmerkmale und Bedeutungsmöglichkeiten paradigmatisch anhand der ritualisierten Bloßstellungen bei modernen Junggesellenabschieden in den Blick genommen werden sollen.

Da Peinlichkeit im simmelschen Sinne nicht als subjektiver Reflex auf gesellschaftliche Wirklichkeit begriffen wird, sondern als eine fundamentale Aneignungsweise dieser Wirklichkeit, als die Art und Weise, in der Individuen ihre Erlebnisse mit Bedeutung ausstatten, wird die Begriffsentwicklung mehr beanspruchen als eine bloße Betrachtung und Analyse peinlicher Situationen. Sie wird Annahmen und Schlussfolgerungen über die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklich-

11 Nur so lässt sich z.B. plausibilisieren, weshalb ein Missgeschick vor manchen Personen zu einer peinlichen Situation führt, vor anderen wiederum als ein amüsantes Ereignis empfunden wird oder gelehrte Zerstreutheit nicht unbedingt als peinlicher Fauxpas gewertet wird, sondern als positives soziales Distinktionsmittel fungieren kann (vgl. Algazi 2001).

keit und sozialer Identität, die Darstellung dieser Identität sowie diesbezüglicher Ideale und Normen erfordern.

Schwerpunktmäßig wird die Untersuchung jedoch durch drei übergeordnete Leitfragen bestimmt und strukturiert, die sich wie folgt formulieren lassen:

- Welche konstitutiven Strukturmerkmale besitzt Peinlichkeit als kommunikative Erfahrung?

- Welche charakteristischen Reaktionen und Anschlussstrategien peinlichkeitsempfindender Kommunikationsakteure prägen die kommunikative Ereignisseite von Peinlichkeit?

- Was kann unter „ritualisierter Peinlichkeit" verstanden werden? Inwiefern ist sie Bestandteil des modernen Junggesellenabschieds als Übergangsritual und welche besonderen Bedeutungen und Funktionen könnte sie in diesem Kontext besitzen?

1.5 METHODISCHE VORGEHENSWEISE UND AUFBAU DER UNTERSUCHUNG

Um mich der begrifflichen Struktur von Peinlichkeitserfahrungen zu nähern, möchte ich in einem ersten Schritt bestehende Peinlichkeitsbegriffe und -betrachtungen analysieren, um zu überprüfen, welche Merkmale für den hier gesuchten Begriff gelten können und welche einer kritischen Prüfung nicht standhalten.

Für eine entsprechende Überprüfung werde ich auch eigene Beispielszenarien, Erlebnisberichte sowie literarische Beschreibungen von „Peinlichkeiten" bzw. „peinlichen" Situationen heranziehen, anhand derer ich aufzeige, inwiefern bestimmte Begriffsmerkmale als konkrete Peinlichkeitsfälle auf sie zutreffen. Eine solche Prüfungsmethode impliziert allerdings, dass die herangezogenen Beispiele Peinlichkeitsphänomene im hier gesuchten Sinne beschreiben. Angesichts der hohen sprachlich-kommunikativen Frequenz des Ausdruckes „peinlich" im Alltag, der in den letzten Jahrzehnten inflationär als Bewertungsvokabel Verwendung zu finden scheint, ist es jedoch fragwürdig, ob dieser stets das hier relevante Phänomen einer Peinlichkeitserfahrung bezeichnet. Zwar wählen wir mit intuitiver Sicherheit den Ausdruck „peinlich", um unsere persönliche Empfindung von Situationen zu charakterisieren, die uns in einer spezifischen Weise unangenehm sind, doch weist der Alltagsgebrauch von Sprachausdrücken oftmals nur unscharfe oder widersprüchliche Begriffsstrukturen auf und kann sehr unterschiedliche Phänomene be-

zeichnen, wie die Vielzahl an Divergenzen zwischen Alltagssprache und streng wissenschaftlicher Redeweise zeigt.[12] Sicherlich ist es trotzdem sinnvoll, dass

„a theorist's concepts of ‚anger', ‚embarrassment', ‚pride' and so on must be based on those employed by some cultural group through their use of their local vocabulary of emotion words. […] But how is it that displays of embarrassment and the conditions under which they occur can diverge from what ordinary folk would understand by ‚embarrassment'? It is because the words that we use for emotions do not usually figure in displays of emotions." (Harré/Parrott 1996a: 42)

Aus diesem Grund möchte ich zuerst sprachliche Bedeutungsdimensionen der Peinlichkeitsvokabel in den Blick nehmen und aufzeigen, in welchen Verwendungskontexten sie das hier zu beschreibende Phänomen bezeichnet.

Eine kurze sprachlich-semantische Betrachtung von „Peinlichkeit", bei der alltagssprachliche Zuteilungsweisen des Peinlichkeitslabels auf ihre Operationalisierbarkeit bezüglich der Prüfung von Peinlichkeitsbegriffen untersucht werden, eröffnet das dieser Einleitung folgende zweite Kapitel, in dem klassische Begriffe und Merkmale von Peinlichkeit beleuchtet werden. Das Kapitel dient sowohl dazu, erste wesentliche Eigenschaften von Peinlichkeit herauszustellen, als auch dazu, Grenzen im Hinblick auf den Erklärungswert und die Geltungsbereiche der jeweiligen Beschreibungsansätze aufzuzeigen.

Darauf aufbauend folgt in Kapitel 3 die Entwicklung einer kommunikationswissenschaftlichen Begrifflichkeit, bei der vor allem anhand ontogenetischer und sozialanthropologischer Betrachtungen konstitutive Erfahrungsstrukturen von Peinlichkeit nachgezeichnet sowie drei grundlegende Formen der Peinlichkeitserfahrung unterschieden und charakterisiert werden. Im entsprechenden Argumentationsgang werden bestehende Forschungsergebnisse und Überlegungen zum Untersuchungsgegenstand so miteinander verbunden und ausdifferenziert, dass ein neues Begriffs-

12 So ist z.B. die alltagssprachliche Bedeutung von Ausdrücken wie „Verhalten" oder „Symbol" nicht gleichbedeutend mit ihrer streng wissenschaftlichen Bedeutung. Bei der Bezeichnung emotionaler Erfahrungen ist das Verhältnis zwischen Wissenschafts- und Alltagssprache zwar nochmals ein anderes, in welchem die Bedeutungen grundlegend viel näher beieinanderliegen, doch zeigt sich auch hier, dass Verwendungsweisen von Emotionsvokabeln nicht immer diejenigen Phänomene meinen, die man in wissenschaftlicher Redeweise mit ihnen bezeichnet. So wird z.B. die Schamvokabel im Alltag meist nicht dazu verwendet, um auf tatsächliche Schamerfahrungen hinzuweisen, die als sprachliche Eingeständnisse höchst selten vorkommen (vgl. Neckel 1991: 107). Vielmehr handelt es sich in vielen Fällen von Schambekenntnissen um mehr oder weniger versteckte Anklagen oder Beschuldigungen anderer (vgl. Landweer 1999: 51).

inventar emergiert, welches die Möglichkeit eröffnet, divergente Peinlichkeitsformen erfassen und ihre verschiedenen Ursachen, Bezugspunkte und Funktionen näher bestimmen zu können. Durch die analytische Unterscheidung von innerer Erfahrung und äußerem Ereignis wird dabei der kategorialen Differenz zwischen Innen- und Außenperspektive menschlicher Erlebnisse Rechnung getragen, welche nicht selten vernachlässigt wird, da gerade das besondere Zusammenspiel bzw. die spezifischen Wechselwirkungen von Innen und Außen bei Peinlichkeit dazu verleiten, entsprechende Grenzen zu vernachlässigen und die Emotion mit ihrer kommunikativen Wirksamkeit gleichzusetzen.

Im vierten Kapitel wird die begriffliche Fassung von Peinlichkeitsphänomenen um die Ereignisseite erweitert. Hier möchte ich das Kontinuum von Peinlichkeitsreaktionen und -anschlussstrategien als kommunikative Wirksamkeiten situativer Peinlichkeitserfahrungen von betroffenen Interaktionsakteuren kommunikationstheoretisch kategorisieren sowie ihre grundlegenden kommunikativen Bedeutungen und Funktionen herausstellen. Die kommunikative Außenseite der Peinlichkeit kann allerdings nur in Form *typischer* Merkmale erfasst werden, da sie außer der ihr zugrunde liegenden Peinlichkeitserfahrung keine *notwendigen* Bestimmungsbedingungen enthält.

Im darauf folgenden fünften Kapitel werden besondere Bedeutungs- und Funktionsmöglichkeiten der ritualisierten Herbeiführung von Peinlichkeit paradigmatisch anhand des Übergangsrituals moderner Junggesellenabschiedsfeiern aufgezeigt. Dabei gilt es, zuerst zu bestimmen, was genau unter „ritualisierter Peinlichkeit“ verstanden werden kann und inwiefern diese von dem bereits entwickelten Peinlichkeitsbegriff divergiert.[13] Bei der anschließenden Untersuchung moderner Junggesellenabschiede dienen mir neben den empirischen Daten einer eigenen explorativen Feldstudie[14] wissenschaftliche und öffentlich-mediale Beschreibungen

13 Um zu einem entsprechenden Verständnis zu gelangen, werden zunächst wesentliche Eigenschaften von Ritualen skizziert, um dann zu verdeutlichen, in welchen handlungstheoretischen Aspekten sich Ritualhandlungen von nicht-ritualisierten Handlungen unterscheiden, damit die Herbeiführung von Peinlichkeit als Ritualhandlung von absichtlich herbeigeführten Bloßstellungen im Alltag unterschieden werden kann. Auf der Grundlage dieser Überlegungen werden wesentliche begriffliche Merkmale von Peinlichkeitsherbeiführungen als Ritualhandlungen herausgestellt, die als Überprüfungskriterien für die Frage, inwiefern ritualisierte Peinlichkeit als Ritualbestandteil bei modernen Junggesellenabschiedsfeiern nachzuweisen ist, herangezogen werden.

14 Hier fanden sowohl eine teilnehmende Beobachtung von vier modernen Junggesellenabschiedsfeiern, welche ich zu Teilen mit der Videokamera filmen konnte, als auch nachgehende Interviews mit den ehemaligen JunggesellInnen statt, bei denen diese zu ihrer

der Feiern dazu, ihre zentralen Plan- und Vollzugsmerkmale sowie diesbezügliche, als peinlich geltende Ritualbestandteile herauszustellen. Um erklären zu können, wie sich gemeinhin Peinliches im rituellen Rahmen der Feiern von einer Unlust- in eine Lusterfahrung verwandeln kann, werden theoriegeleitete Hypothesen zur „Entpeinlichung“ von Peinlichkeit formuliert, die anschließend mit den empirischen Daten der Feldstudie verglichen werden, was eine erste Bestätigung bzw. zumindest Plausibilisierung der Annahmen erlaubt.

In den abschließenden Bemerkungen werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammenfassend reflektiert und ihre Anschlussfähigkeit für weiterführende Forschungen skizziert.

persönlichen Erlebnisweise und Bewertung der Feier befragt wurden. Die Interviews wurden mit einem Tonbandgerät aufgezeichnet und anschließend transkribiert.