

Zeitschrift:	Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires
Herausgeber:	Empirische Kulturwissenschaft Schweiz
Band:	104 (2008)
Heft:	1: Thematischer Schwerpunkt : Ratgeberliteratur
Artikel:	Wie der Brief in die Zeitung kam : zur Medialisierung von Ratgesuchen an die "Liebe Marta" im "Blick"
Autor:	Wellmann, Annika
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-118244

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wie der Brief in die Zeitung kam. Zur Medialisierung von Ratgesuchen an die «Liebe Marta» im *Blick*

Annika Wellmann

Abstract

Der Artikel analysiert die Medialisierung von Ratgesuchen an die Ratgeberrubrik «Liebe Marta», die 1980 bis 1995 in der Boulevardzeitung *Blick* erschien. Die Ratgeberin Marta Emmenegger bereitete Briefe für die Veröffentlichung durch Kürzungen, Erweiterungen oder Montagen auf. Das Beispiel eines Briefes, in dem eine Ratsuchende Eheprobleme und sexuelle Praktiken beschrieb, gewährt Einblicke in die redaktionellen Produktionsroutinen. Marta Emmenegger reduzierte die Komplexität des Briefes und produzierte eine rezipierbare Kolumne. Der Blick auf die materiellen und diskursiven Elemente in der Medialisierung zeigt, dass die «Liebe Marta» Diskurse im foucaultschen Sinne kanalisierte. Der Diskurs des Sexuellen wurde auf spezifische Weise organisiert: Zum einen waren nicht alle sexuellen Praktiken sagbar; zum anderen portierte die «Liebe Marta» das Ideal der Partnerschaft.

Phantasievolle Journalistinnen und Journalisten erdichten den Inhalt von Ratgeberrubriken. Dies ist eine verbreitete Annahme, die auf den Umstand zurückzuführen ist, dass sich für die Erforschung von Ratgeberrubriken bislang kaum Zugang zu medialen Produktionsroutinen und redaktionellem Material darbot.¹ Hinlänglich empirisch fundiert wurde sie daher bislang nicht. Der Nachlass Marta Emmeneggers, die 1980 bis 1996 *Blick*-Ratgeberin war, widerlegt diese Mutmaßung.² Er enthält die persönlichen Anfragen der Ratsuchenden, die individuellen Antworten der «Lieben Marta» sowie ihre Kolumnen in der Boulevardzeitung *Blick*. Das gesamte Korpus umfasst gegen 13000 Briefe (inklusive die Antwortbriefe von Marta Emmenegger) und ca. 4000 Kolumnen. Es bietet erstmals die Gelegenheit, die Transformation vom Brief zur Kolumne nachzuvollziehen und damit eine neue Perspektive in der Erforschung von Ratgeberrubriken zu entwickeln.

Die Kolumnen der «Lieben Marta» basierten auf Fragen zu sexuellen und Beziehungsproblemen, die Ratsuchende ihr stellten. Gleichwohl wichen die publizierten Briefe stets von den Anfragen, die die Ratsuchenden in ihren Briefen an die Ratgeberin formuliert hatten, ab. Marta Emmenegger kürzte, erweiterte oder montierte Briefe. Dies war publizistischer Ökonomie geschuldet. Der Umfang einer Kolumne war redaktionell vorgegeben, die Briefe mussten angepasst werden. Diese Betrachtungsweise fasst die Ratgeberrubrik als publizistisches Produkt auf, das den Regeln der Redaktion gehorchte. Dabei wird jedoch die Konstruktionsleistung des Mediums, das das Wirrwarr ratsuchender Stimmen in eine rezipierbare Form übersetzte, vernachlässigt. Erst der genaue, diskurstheoretisch basierte Blick auf die vielfältigen Arten der Neugestaltung von Ratgesuchen zeigt, dass, mit Michel Foucault gesprochen, «die Produktion des Diskurses zugleich kontrolliert, selektiert, organisiert und kanalisiert wird – und zwar durch gewisse Prozeduren, deren Aufgabe es ist, die Kräfte und die Gefahren des Diskurses zu bändigen, sein unberechenbar Ereignishafstes zu bannen, seine schwere und bedrohliche Materi-

lität zu umgehen».³ Produktion und Prozeduren im wortwörtlichen Sinn begreifend, werde ich zeigen, dass die Bearbeitung der Ratgesuche durchaus auf deren mediengerechte Aufbereitung zielte, dass dabei aber auch Diskurse im Sinne des Diktums Foucaults kanalisiert wurden.

Dazu ist eine Erweiterung des foucaultschen Werkzeugkastens um medienhistorische und -theoretische Instrumente notwendig.⁴ Es wäre möglich, an Friedrich Kittler anzuknüpfen. Er hat Foucaults Ansatz um das technisch-mediale Apriori erweitert: «Medien bestimmen unsere Lage».⁵ Das heisst, «dass technische Vermittlungsverhältnisse gesellschaftlichen, kulturellen und epistemologischen Strukturen vorausgesetzt sind».⁶ Diese Technikzentriertheit rückt jedoch die textförmigen Quellen in den Hintergrund. Dieses Problem lässt sich mit Roger Chartier lösen. Ihm zufolge umfasst die Analyse von Diskursen *Texte*, die in medienspezifischen *Produktionen* auf ein Zielpublikum zugeschnitten werden und dann verschiedenen *Rezeptionsweisen* unterliegen.⁷ Diese dreigliedrige Analyse erlaubt eine Erweiterung der Textfokussierung foucaultscher Provenienz, umgeht zugleich den kittlerschen Technik-Determinismus und wird den komplexen medialen Konstruktionsprozessen gerecht. Da ich die Bearbeitung der für die Veröffentlichung bestimmten Ratgesuche fokussiere, lege ich den Schwerpunkt auf materielle und diskursive Elemente.⁸ Die «Liebe Marta» begreife ich dabei aus unterschiedlichen analytischen Blickwinkeln. Die gedruckte Ratgeberrubrik war ein *Medium*. Aus diskurstheoretischer Perspektive war die «Liebe Marta», die Briefe und Kolumnen signierte, ein *Autename*, der einen Diskurs eingrenzte. Im redaktionsgeschichtlichen Sinn spreche ich von der *Journalistin* als Marta Emmenegger.⁹

Das Beispiel eines 1985 publizierten Briefes wird Einblicke in vielschichtige Konstruktionsprozesse gewähren. Ich werde ausloten, wie Marta Emmenegger den Brief in zwei Kolumnen transformierte, wie anschliessend das Ratgesuch im *Blick* erschien und wie die «Liebe Marta» der Ratsuchenden antwortete. So wird schliesslich ersichtlich, dass das Ratgesuch erst durch die Bearbeitung eine verengte Grundlage für die Antwort der «Lieben Marta» bildete. Über diese Detailaufnahme lassen sich die typischen Produktionsroutinen in der Redaktion der «Lieben Marta» erschliessen. Eine narrative Linie konstruierend, folge ich dem Weg des Briefes durch die Redaktion der «Lieben Marta» an seinen Platz in der Boulevardzeitung *Blick*. Dies mag den Eindruck linearer Prozesse hervorrufen, die freilich aufgrund der Komplexität des Mediums nicht gegeben waren. Die narrative Linie dient der Nachvollziehbarkeit.

Redaktionsgeschichten

Um «eine Beichtmutter für den Unterleib» wollte Peter Uebersax den *Blick* bereichern.¹⁰ Peter Uebersax war 1980 Chefredaktor geworden und plante, nachdem die Auflage des *Blick* Mitte der 1970er Jahre stagniert war,¹¹ mit einer Sexratgeberrubrik nach dem Vorbild der amerikanischen «Dear Abby» weibliche Leser zu

binden und die Auflage des *Blick* zu erhöhen.¹² Sex war bereits fester Bestandteil des *Blick*, er folgte der boulevardtypischen Formel «sex, crime and sports».¹³ Peter Uebersax beabsichtigte aber nun, das Element «Sex» zu forcieren, «in der einfachen Überzeugung, dass Sex für viele das Lustvollste vom Lustvollen ist, lustvoller jedenfalls, als jemandem den Hals umzudrehen. Die Überlegung war: Sex sollte Gewalt substituieren.»¹⁴ Insbesondere die neue Sexratgeberrubrik konnte diesem Zweck dienen.

Die Kolumnen sollte Marta Emmenegger schreiben. Die 1923 geborene Journalistin, die nach der Heirat als Mutter und Hausfrau sowie gelegentlich als Sekretärin tätig gewesen war, hatte von 1966 bis 1973 als Kolumnistin für Erziehungsfragen bei der Zeitschrift *Annabelle* und von 1973 bis 1980 als Redaktorin der Zeitschrift *Annette* gearbeitet.¹⁵ In der Redaktion des *Blick* hatte sie temporär eine vakante Stelle in der Leserberatung des «Heissen Drahtes» eingenommen.¹⁶ Peter Uebersax habe überlegt, ob Marta Emmenegger die «Abby» sei, die er suche. «Ich hatte sofort ein sehr gutes Gefühl. Ich fand, ich brauche vorerst keine anderen Kandidaten; Marta sollte mal anfangen und dann würden wir sehen ob es – wie ich erwartete – gut gehe.»¹⁷ Nach einer Bedenkzeit sagte Marta Emmenegger zu.¹⁸ Der Chefredaktor liess ihr freie Hand, nachdem er den Rahmen der Rubrik abgesteckt hatte:

Du kannst so frech sein und so weit gehen, wie Du willst. Du hast sicher deine eigenen Grenzen, schreibst keine Pornographie. Erteile einfach den Lesern Rat, beantworte ihre Fragen mit dem, was Du im Leben gelernt hast. Erfinde nichts – alle Fragen müssen echt sein. Und nenne die Dinge beim Namen. Schreibe so, damit dich die Leute verstehen. Kein Wischiwaschi, keine Moralpauke. Das Wichtigste ist: Nenne die Dinge beim Namen. Schwatz nicht drum herum, keine falsche Scham! Sage klar, um was es geht – «Call a spade a spade».»¹⁹

Unter diesen Prämissen erschien die «Liebe Marta» erstmals am 8. Februar 1980. Das Konzept war erfolgreich. Die «Liebe Marta» avancierte zu einer gefragten Ratgeberin.²⁰ Marta Emmenegger schrieb über die Lancierung: «Ich war neugierig auf das Echo. Und es kam. Schon am dritten Tag brauchte ich mich um den Stoff nicht mehr zu sorgen, umso mehr um die Beantwortung der vielen Briefe.»²¹ Sie erhielt täglich fünf bis zehn Briefe, je nach Thema der Kolumne sogar 20, 30 oder 40.²² 1986 erhielt sie die meiste Post: In diesem Jahr gingen über 1100 Briefe ein.

Wenige Monate nach der Lancierung der «Lieben Marta» stellte Marta Emmenegger eine Mitarbeiterin ein, die sie in der Routinearbeit unterstützen sollte.²³ Die Mitarbeiterin sortierte die Post und besorgte die Ablage. Anfänglich diktierte Marta Emmenegger ihr Briefe, liess sie bald jedoch auch kürzere Ratgesuche beantworten. Marta Emmenegger korrigierte diese Briefe. Die ehemalige Mitarbeiterin Lisa Biderbost²⁴ erinnert sich: «Also musste ich lernen, «Marta» zu schreiben». Es galt, einen bestimmten Stil und damit den Autornamen «Liebe Marta» zu wahren. Dass Marta Emmenegger nicht allein die Beratungen durchführte, wurde vorerst verschwiegen. Als sie einmal in den Ferien war, erteilte sie

ihrer Mitarbeiterin die Erlaubnis, Briefe selbst zu signieren. Bald darauf wurde auch der Name der Mitarbeiterin auf den Briefkopf gedruckt und ihre Briefe nicht mehr der Korrektur unterzogen. Auch in der Kolumne erwähnte die «Liebe Marta» gelegentlich ihre Mitarbeiterin, allerdings stets als weniger kompetente Person, der Fehleinschätzungen unterliefen oder die weniger ausgereifte Ideen hatte. Dies verstärkte den Eindruck, dass die «Liebe Marta» nicht zu ersetzen war. Sie war die unanfechtbare Autorität.

Ein Brief von Elke

Als Lisa Biderbost eines Morgens die Post an die «Liebe Marta» öffnete, fand sie zwischen den üblichen fünf bis zehn Anfragen einen ungewöhnlich langen Brief vor. Er hatte dreissig Seiten. Elke²⁶, die Ratsuchende, wusste nicht weiter. Ihr Brief begann: «Liebe Marta, ich möchte Sie bitten mir einen Rat zu geben, oder was halten Sie von meiner Situation».²⁷ Sie beschrieb die Probleme ihrer sechzehnjährigen Ehe. Sie liess verschiedene Begebenheiten ohne stringente zeitliche Reihenfolge aufeinander folgen, machte Einschübe, wechselte die Themen. Drei Problemschwerpunkte waren erkennbar. Ein immer wiederkehrendes Thema war die Abwesenheit und Untreue des Ehemannes. Auf fünf Seiten beschrieb Elke zudem sexuelle Praktiken, die ihr Ehemann gegen ihren Willen angewendet hatte. Dass Elke «nervlich krank» sei, bildete den dritten Schwerpunkt ihrer Schilderung. Sie habe Schlafstörungen, nehme Medikamente und «musste in die Nervenklinik».²⁸ Elke thematisierte diese Probleme nacheinander, erörterte sie aber allesamt im Gesamtkontext der Ehe und verknüpft sie so miteinander. Die umfangreichen Schilderungen hielt sie zu Beginn und am Ende durch die Skizzierung des Eheideals wie mit einer Klammer zusammen. Zudem kehrten zwei Fragen leitmotivisch wieder: «Bin ich wirklich eine kalte Frau?» und: «[G]ibt es noch Hoffnung für unsere Ehe?» Durch die Wiederholung dieser Fragen hob Elke sie als wichtig hervor. Sie bildeten den Angelpunkt ihres Ratgesuchs.

Der grosse Umfang des Briefes war untypisch. Inhaltlich jedoch fügte sich der Brief in den Kanon diffiziler Beziehungsprobleme, der die Anfragen an die «Liebe Marta» dominierte. Elkes ausgreifendes Ratgesuch würde Marta Emmenegger beantworten müssen. Lisa Biderbost leitete den Brief an die Ratgeberin weiter.

Vom persönlichen Brief zum veröffentlichten Ratgesuch, Teil 1: Sexuelle Praktiken

Marta Emmenegger entschied sich, Elke im *Blick* zu antworten. Mit der zentralen Schilderung von Beziehungsproblemen bewegte sich ihr Brief in jenem Themenfeld, das in ihrer Kolumne überproportional behandelt wurde. So gingen 1985 insgesamt über 1000 Briefe bei der «Lieben Marta» ein, und sie veröffentlichte knapp 300 Kolumnen. Beziehungsprobleme, in 225 Briefen an die Ratgeberin

behandelt, tauchten in der Ratgeberrubrik fast 150 Mal auf. Beziehungsprobleme wurden also bei der Auswahl für die Kolumne begünstigt.

Elkes dreissigseitiger Brief war für eine Veröffentlichung im *Blick* freilich zu lang. Er sprengte den redaktionellen Rahmen. Daher wählte Marta Emmenegger Teile für die Publikation aus. Dies war eine übliche Praxis in ihrem Repertoire der Medialisierung von Ratgesuchen: Sie kürzte Briefe, teilte sie, fügte Ratgesuche, die von der selben Person verfasst waren, zusammen, erweiterte (seltener) Ratgesuche um erfundene²⁹ Details oder umfangreichere Schilderungen, um den narrativen Gehalt des Ratgesuchs zu verstärken. Briefe wurden anonymisiert, das distanzierende «Sie» durch ein intimes «Du» ersetzt, Ausdruck und Grammatik zugunsten des Leseflusses verbessert. Kein Brief, der unverändert im *Blick* erschien.

Elkes Ratgesuch, das am 16.7.1985 im *Blick* erscheinen sollte, reduzierte Marta Emmenegger auf zwei Themen und gliederte es in drei Absätze.³⁰ Elke wurde anonymisiert, sie hieß nun Brigitte. Eingangs liess Marta Emmenegger Brigitte ihre aktuelle Situation schildern. Der folgende Absatz behandelte die Zeit nach der Trennung. Der dritte Absatz beschrieb die Ehejahre und war auf die sexuellen Praktiken konzentriert. Am Ende stand die Frage, ob «ein Eheberater noch etwas ausrichten» könne. Diese Frage war neu. Es fehlte eine ausführliche Erörterung der Untreue. Auch das «Nervenleiden» wurde ausgespart.

Marta Emmenegger kürzte den Brief nicht nur stark, sondern veränderte zudem jene Teile, die zur Veröffentlichung bestimmt waren. Sie nahm Verschiebungen vor, durch die Informationen an einen Platz gelangten, der für die Rezeption angemessenen erschien. Elke hatte auf Seite zehn geschrieben, ihr Mann sei «ein guter Arbeiter exakt und fleissig», und erst auf Seite 21 hatte sie erwähnt, dass sie ein Haus hätten. Ihre Trennung hatte sie bereits auf Seite 14 thematisiert. In der Kolumne wurden diese Elemente schon im ersten Absatz miteinander verkoppelt und verdichtet dargestellt: «Er ist in seiner Arbeit sehr pflichtbewusst und wir haben es auch zu etwas gebracht. Aber unsere Ehe ging in die Brüche. Mein Mann lebt seit einem Jahr getrennt von mir, weil ich seine Untreue nicht länger ertragen konnte.» Durch diese Verschiebungen entstand eingangs ein Informationsrahmen, in dem die weitere Schilderung präsentiert werden konnte.

Verschiebungen liessen auch eine zugespitzte Darstellung entstehen. Elke hatte auf den Seiten 15 bis 20 sexuelle Praktiken, die ihr Mann gegen ihren Willen angewendet habe, und anschliessend erst ihren eigenen Wunsch nach oralen und manuellen Praktiken geschildert. Sie hatte verschiedenen Gegenstände, die ihr Mann beim Sex mit ihr verwendet habe, aufgezählt: Massagestab, Massagegerät, Duschbrause und elektrische Zahnbürste. Schliesslich hatte sie erwähnt, dass ihr Mann sie während dieser Praktiken beobachtet habe. Sie habe sich dann geschämt. Die «Liebe Marta» veränderte die Struktur zugunsten eines Chiasmus. Sie unterbrach dabei auch die monotonen Aufzählungen und sorgte für eine zugespitzte Darstellung:

Es war aber so, dass er mir kaum einmal einen Kuss gab und mich nicht streichelte. Dafür packte er eines Abends ein Massagegerät aus und bestand darauf, es an mir auszuprobieren. Dabei beobachtete er mich intensiv, und ich schämte mich so, dass ich mein Gesicht verdeckte. Auf meine Bitte, er solle doch noch richtig zu mir kommen, sagte er, es genüge ihm so. Bald danach kam er auch noch mit einem Massagestab. Ich sagte ihm dass ich es viel lieber hätte, wenn er Hände und Mund gebrauche [sic] würde. Aber es nutzte nichts.³¹

Der Chiasmus Wunsch – Gerät – Beobachtung – Gerät – Wunsch führte einen Spannungsbogen ein, der den Lesefluss steigerte.

Der Vergleich von Brief und Kolumne zeigt darüber hinaus, dass die «Liebe Marta» Grenzen des Sagbaren setzte. Elke hatte den sexuellen Gebrauch verschiedener Gegenstände genannt. Über den Einsatz von Duschbrause und elektrischer Zahnbürste liess die «Liebe Marta» sie nicht sprechen. Warum? Sie nahm in die Kolumne durchaus Gegenstände auf, die für den sexuellen Gebrauch produziert worden waren. Sie informierte zum Beispiel darüber, wo man Gummipuppen erwerben könne oder gab Literaturtipps zur Verwendung von Vibratoren.³² Duschbrause und elektrische Zahnbürste, gleichsam zweckentfremdet eingesetzt, sparte sie aus. Der Sex überschritt in der Ratgeberrubrik seine Gegenstände nicht.

Vom persönlichen Brief zum veröffentlichten Ratgesuch, Teil 2: Die lieblose Ehe

Am 27. Juli 1985 veröffentlichte die «Liebe Marta» eine zweite Kolumne zu Elkes Brief. Elke hieß nun Nina. Der Brief wurde nunmehr auf die Abwesenheit und die allgemeine Lieblosigkeit des Ehemannes reduziert. Über ihr «Nervenleiden» liess die «Liebe Marta» die Ratsuchende erneut nicht sprechen, und diesmal übernahm sie auch die sexuellen Praktiken nicht. Der Brief behandelte ausschließlich Ninas ehelich-familiäre Situation.

Der Brief hatte drei Absätze. Anders als in der vorigen Kolumne wurde nicht in die Problematik eingeführt. Man erfuhr zwar anfangs, dass Nina und ihr Mann vor fünfzehn Jahren heiraten «mussten» (eine Umschreibung vorehelicher Zeugung, die durch Heirat legitimiert wurde). Der Brief ging aber sogleich in die Zeit nach der Geburt des ersten Kindes über, als Nina von ihrem Mann allein gelassen wurde. Der zweite Absatz behandelte ihre Nichtbeachtung am Muttertag und die Auseinandersetzungen über das häufige Fortbleiben des Ehemannes. Auch der letzte Absatz schilderte die familiäre Situation: Für das dritte Kind (in Elkes Brief das zweite) habe Nina ihren Mann überreden müssen. Dieser Absatz thematisierte abschließend die Trennung.

Auch diese zweite Kolumne verdichtete den Inhalt des Briefes und brachte ihn in eine neue Reihenfolge. Die Veränderungen waren aber geringer als in der ersten Kolumne. Die zweite Kolumne basierte fast ausschließlich auf den Seiten eins bis sechs des Briefes, also jenen Seiten, auf denen die Ratsuchende kaum über die Untreue ihres Mannes sprach. So entstand das Bild einer lieblosen Ehe. Für den Rat der «Lieben Marta» sollte dies grundlegend sein (siehe unten).

Marta Emmenegger konstruierte bei der Überarbeitung des Briefes einen chronologischen Aufbau, der ebenfalls die Nachvollziehbarkeit des Erzählten fördert. Hatte die Ratsuchende ihren Wunsch, zu den Geburten der Kinder rote Rosen zu bekommen, im Brief erst auf Seite 21 c platziert, erschien er in der Kolumne schon im ersten Absatz. Die Schilderung verlief nun chronologisch von der Heirat über die Geburt des ersten Kindes, den ersten Muttertag und das dritte Kind zur Trennung.³³

Die «Liebe Marta» führte zwei Aspekte neu ein. Im ersten Absatz sagte Nina: «Wir liebten uns sehr.» Mit diesem Satz, der im Brief nicht gestanden hatte, wurde ein Gegensatz zwischen vorehelicher und ehelicher Situation konstruiert. So wurde Ninas Fehleinschätzung der gesamten Situation hervorgehoben. Zweites ist wahrscheinlicher, denn die «Liebe Marta» konstatierte in ihrer Antwort: «Du hast offensichtlich kein besseres Muster gekannt».

Der zweite neu eingeführte Aspekt knüpfte an die Darstellung in Elkes Brief an. Er gestaltete die Darstellung aber neu und erweiterte sie. Hatte Elke geschrieben, dass sie die Trennung beantragt hatte, nachdem ihr Mann die Beziehung zu seiner Freundin wieder aufgenommen hatte, so hiess es nun, *er* wolle sich wegen einer anderen Frau trennen. Auch hatte er ihr geschrieben, so Elke in ihrem Brief, dass sie ihm «zuwenig Liebe und Sex gab».³⁴ Im veröffentlichten Ratgesuch hiess es: «Doch er sagt, er habe ja nie meinen Wünschen entsprochen. Und jetzt müsse er einen Rest Selbstvertrauen retten.» Dem Trennungsgrund und der Beziehung zwischen Nina und ihrem Mann mangelte nun die sexuelle Komponente. Der veröffentlichte Brief zielte auf eine unbefriedigende Beziehung des Mannes zu sich selbst und zu seiner Frau.

Die «Liebe Marta» hatte je verschiedene Teile des Briefes veröffentlicht und dabei Details verschoben und verdichtet. So waren zwei unterschiedliche Kolumnen entstanden, die die neu gewichteten Teilprobleme gestrafft darstellten. Auch mediale Elemente trugen zur Erscheinungsweise der Publikationen auf spezifische Weise bei.

Die «Liebe Marta» erscheint im *Blick* Platzierung der «Lieben Marta»

Die «Liebe Marta» wurde auf der Leserseite veröffentlicht. Diese versammelte verschiedene täglich wiederkehrende Rubriken, die der Leserbindung dienten.³⁵ Die Leserseite war nach immer gleichem Grundmuster gestaltet, lediglich die Positionen der Rubriken variierten. Ein Blick auf die Platzierung einer «Lieben Marta» reicht daher aus. Am 27.7.1985 befand sich die «Liebe Marta» im oberen Teil der «Leserseite». Links darunter zogen sich bis zum Seitenende drei Spalten. Ein Aufruf zur «100 Fr.-Blick-Aktion», fragte, ob Leserinnen und Leser «Etwas gesehen? Etwas gehört?» hätten, und hielt sie zum «Telefonieren» an.³⁶ Die Leserinnen und Leser sollten also mit dem *Blick* in Kontakt treten. Diese Aktion war mit dem

«Heissen Draht» assoziiert, der rechtliche Fragen beantwortete. Ein Leserbrief unter dem Aktionsaufruf bemängelte hohe Kosten im Italien-Urlaub. Eine Anzeige am Ende der linken Seite warb für den «Blick für die Frau». Auf der rechten Seite erschien unter der «Lieben Marta» der «Heisse Draht», der eine Frage zur Kennzeichnung der Beladung eines Fahrzeugs in Italien beantwortete. Darunter befanden sich die «Blick-Haushalt-Tips». In der Mitte unter der «Lieben Marta» publizierte der *Blick* zwei Fotos von Pflanzen, die auf einem Betriebshof in Zürich wuchsen. Darunter fand sich ein Artikel «Drei Millionen Schweiss-Drüsen halten uns in dieser Hitze gesund», der erklärte, warum Schwitzen wichtig sei. Rechts von diesem Artikel fand die Rubrik «Tiere suchen Liebe» ihren Platz. Rechts unten schloss eine Anzeige, über die ein Hund gesucht wurde, die Seite ab.

Die «Liebe Marta» war räumlich-konzeptionell mit den anderen Rubriken verknüpft. Die Rubriken integrierten die Leserschaft in die Zeitung, indem sie ihr einen Ort zur Artikulation gaben. Das Gros der Rubriken war zudem durch Alltagsratschläge oder Unterstützung durch die Zeitung charakterisiert. Insgesamt gestaltete sich die Leserseite als Forum des Austausches zwischen Medium und Leserschaft. So wirkte auch die «Liebe Marta» nicht wie ein redaktionelles Produkt, sondern wie ein Dialog zwischen Leserin und Ratgeberin. Durch die redaktionelle Umgebung als Leserservice markiert, wurde der Ratgeberrubrik formal Anwendungsorientierung eingeschrieben. Zudem wurden so die Diskurse, die die «Liebe Marta» transportierte, ins Alltägliche gewendet.

Struktur der «Lieben Marta»

Die Struktur der Kolumne beförderte ebenfalls den Anleitungscharakter. Die «Liebe Marta» hatte ein gleich bleibendes Schema. Sie bestand aus einem Ratgesuch und einem Ratschlag. Beide begannen mit der Anrede «Liebe...» und endeten mit einer Unterschrift, dem Vornamen der oder des Ratsuchenden und der Ratgeberin. Wie mit Blick auf die Neugestaltungen des Briefes von Elke deutlich wurde, eröffnete eine biographische Schilderung oder eine Situationsbeschreibung das Ratgesuch. Hier wurden auch Angaben zur Person gemacht, etwa zum Alter, Personenstand, selten zum Beruf. So entstand ein Bild der ratsuchenden Person. Im Anschluss erfolgte die Problemschilderung. Mit Details angereichert wurde die Situation nachgezeichnet: Was Probleme bereitet, welche Perspektive die Ratsuchenden einnahmen, ihre gescheiterten Versuche, Probleme selbst zu lösen. Gelegentlich baten Ratsuchende um hilfreiche Adressen. Nicht immer wurden Fragen wie: «Was soll ich tun?» explizit formuliert und ein Rat offen eingefordert.

Die «Liebe Marta» knüpfte in ihren Antworten an das jeweilige Briefende an. Nina schloss das Ratgesuch, ihr Mann meine, er «müsste einen Rest Selbstvertrauen retten». «Liebe Nina, was sicher nicht gelogen ist», antwortete ihr die «Liebe Marta». Und auf Brigittes Frage: «Was meinst du, könnte ein Eheberater noch etwas ausrichten?» reagierte die «Liebe Marta» mit: «Liebe Brigitte, er müsste mit

übernatürlichen Fähigkeiten gesegnet sein.» Diese Anschlüsse evozierten dialogische Situationen. Durch Witz oder Ironie, die oftmals den Beginn der Antwort charakterisierten, erhielten die Einleitungen der «Lieben Marta» in die Problembearbeitung eine Wendung ins Kokette, ins Leichte.

Die Ratgeberin analysierte die Probleme. Sie beschrieb, wie es dazu gekommen sei und erklärte das von den Ratsuchenden Geschilderte. Dabei verwendete sie oftmals Fachwissen oder liess gelegentlich autobiographische Hinweise einfließen. Ihre Ausführungen endeten mit einem Rat zur Problemlösung, oft begleitet von der Erwähnung einer Fachperson, deren Adresse sie den Ratsuchenden persönlich zukommen lassen wolle. So verwies sie auch Brigitte an eine Fachperson, die hier indes ungenannt blieb: Um zu erkennen, dass die Realität weniger schrecklich sei «als der Umgang mit verratenen Idealen», «brauchst Du eine Stütze. Ich nenne Dir eine.»³⁷ Die Struktur der Kolumne vermittelte den Eindruck intimer Briefkommunikation. Das gleichförmige Grundmuster zeigte die Verlässlichkeit der täglich wiederkehrenden Institution an.

Gestaltung der «Lieben Marta»

Ein Text ist nie nackt. Paratextuelle Elemente dienen dazu, den Text «präsent zu machen, und damit seine ‹Rezeption› und seinen Konsum [...] zu ermöglichen».³⁸ Wie Gérard Genette zeigt, können Paratexte eine Vielzahl von Praktiken umfassen. Ich beschränke mich im Folgenden auf die für das Medium (Boulevard-)Zeitung typischen verlegerischen Paratexte Überschrift und Fettdruck. Wie prägten sie den Text der Ratgeberrubrik «Liebe Marta»? Wie leiteten sie ihre Rezeption an und organisierten den Diskurs?

Die *Überschriften* hatten einen Adressatenbezug. Adressatinnen und Adressaten von Überschrift und Text waren aber nicht identisch. «Der Titel richtet sich an weitaus mehr Menschen, die ihn auf dem einen oder anderen Weg rezipieren oder weitergeben und dadurch an seiner Zirkulation teilhaben. Denn der Text ist Gegenstand einer Lektüre, der Titel aber [...] ist Gegenstand einer Zirkulation [...].»³⁹ So wurden die Titel der «Lieben Marta» auch von Personen rezipiert, die die Kolumnen nicht lasen, sondern etwa auf dem Weg zum umfangreichen Sport-Teil überblätterten oder zur Morgenlektüre eines anderen Fahrgastes hinüberschielten. Auf diese, wenn auch eingeschränkte Weise erreichte der Diskurs der «Lieben Marta» ein Publikum, das über ihre eigentliche Leserschaft hinausging.

Welche Wirkung hatte der Titel auf den Gesamttext der Kolumne? Anfänglich fassten die Titel die Positionen der Ratgeberin zusammen. So war eine Kolumne über eine junge Frau, die keine Lust mehr zu Sex mit ihrem Ehemann hatte, übertitelt: «Sex ist nicht alles.»⁴⁰ Doch bald setzten sich Titel durch, die durch vorgebliche Zitate suggerierten, dass die Ratsuchenden selbst das Kernproblem auf den Punkt brachten. So entstand der Eindruck intimer Offenbarung gegenüber der Ratgeberin.

Die Kolumne vom 16. Juli 1985 war betitelt: «Nach 16 Jahren Ehe wollte mein Mann ein Massagegerät an mir ausprobieren.» Der Titel wies darauf hin, dass sich der Konflikt an einem Massagestab entzündet hatte und eine Ehe den Konfliktrahmen bildete. War der Brief bereits auf eine Schilderung der aktuellen Situation, die gerichtliche Trennung und den Briefwechsel zwischen Brigitte und ihrem Mann sowie auf sexuelle Praktiken beschränkt worden, stand im Brennpunkt des Titels einzig die Verwendung des Gerätes. Das Ratgesuch wurde im Titel auf eine sexuelle Praktik reduziert. Die Überschrift entsprach nicht dem Brief, da Elkes Mann bereits nach dem ersten Ehejahr ein Massagerät mitgebracht hatte. Zudem entfiel die im Originalbrief in ihrer Monotonie dargestellte Mehrfachverwendung von Sextoys, sodass sich der Konflikt weniger an deren wiederholte und ungewollte Verwendung entzündete, als an den nun scheinbar plötzlichen Gelüsten des Mannes. Damit bekräftigte die Überschrift jenen Teil des Kolumneninhaltes, in dem die Verwendung von Sextoys beschrieben wurde.

Mit dem Titel der Kolumne vom 27. Juli 1985 legte das Medium der Ratsuchenden erneut einen Satz in den Mund, der nicht ihrer brieflichen Schilderung entsprach: «Um sein Selbstvertrauen zu retten, will mein Mann die Trennung.» Der Titel zielte auf jenen von Marta Emmenegger ergänzten letzten Teil des Ratgeuchs. Der Titel wies wie auch jener der vorhergehenden Kolumne auf den Konflikt hin. Er nahm zugleich das Ende der Schilderung vorweg. Indem er zu der Frage «Und wie kam es dazu?» verleitete, lud er zum Lesen ein.

Sowohl die Überschrift: «Nach 16 Jahren Ehe wollte mein Mann ein Massagegerät an mir ausprobieren» als auch: «Um sein Selbstvertrauen zu retten, will mein Mann die Trennung» bezogen sich weniger auf die Briefe der Ratsuchenden als auf die Antworten der «Lieben Marta». So wurde in der ersten Kolumne das Massagegerät zum zentralen Symbol der «Distanz», die der «Lieben Marta» zufolge Brigittes Mann zu seiner Frau zu schaffen suchte. In der zweiten Kolumne waren das mangelnde «Selbstvertrauen» und «erhebliche Persönlichkeitsmängel» des Ehemannes ein Kernstück der Argumentation der Ratgeberin, die dazu riet, die Trennung zu akzeptieren.

Wie der Titel ist auch die *Typographie* ein folgenreicher verlegerischer Paratext.⁴¹ Typographie wurde während der sechzehn Erscheinungsjahre der «Lieben Marta» nicht stringent verwendet; die Ratgeberrubrik stand im Kontext des *Blick*, der sein Layout im Untersuchungszeitraum zum Teil stark veränderte, und war somit von seinen Veränderungen betroffen. Zumeist wurden die Ratgesuche fett und/oder kursiv gedruckt, die Antworten der Ratgeberin hingegen nicht. So wurden die beiden Teile optisch voneinander abgehoben. Teilweise wurden aber auch einzelne Passagen in den Antworten hervorgehoben. So auch in den Kolumnen vom 16. Juli 1985 und vom 27. Juli 1985. Das Medium lenkte hier die Aufmerksamkeit auf bestimmte Textteile und «flüstert» zwischen den fetten Zeilen: «Hab acht! Diese Passage ist besonders wichtig.» Die Paratexte hatten mithin eine wichtige Funktion im medialen Konstruktionsprozess. Mit Blick auf die Antworten, die die «Liebe Marta» Elke erteilte, wird dies deutlich.

Die «Liebe Marta» antwortet: Der zugespitzte Rat

Ein Brief, zwei Kolumnen – doch die Antworten der «Lieben Marta» wichen nicht sehr stark voneinander ab. In beiden Antworten unterstellte die «Liebe Marta» der Ratsuchenden, bezüglich der Ehe Illusionen gehegt zu haben. Ihr Mann indes habe sie nicht geliebt, habe grundsätzlich nicht lieben können. In beiden Kolumnen riet sie zur Trennung. Anhand der zweiten Kolumne werde ich nun zeigen, welche Wirkung die Medialität hinsichtlich der Antwort der «Lieben Marta» entfaltete. Hier verschränkten sich Materialität und Diskurs auf hervorragende Weise.

Durch die Veränderungen war das Ratgesuch neu organisiert und der Fokus auf die eheliche Beziehung zwischen der Ratsuchenden und ihrem Mann verengt worden. In diesem Rahmen bewegte sich die «Liebe Marta» nun mit ihrer Antwort: Sie zielte auf das Ideal der Partnerschaft, das sie als erstrebenswert herausstellte. Scharfe Konturen erhielt ihre Norm bereits durch den Kontrast zu ihrer vorhergehenden Analyse der ehelichen Situation. Sie sagte nun zu Nina: «Du hast offenbar kein besseres Muster gekannt.» Sie führte mit Ninas Ratgesuch also ein Beziehungsmuster vor, das sie als inakzeptabel etikettierte. Vor dieser Kontrastfolie wurde das Partnerschaftsideal, rhetorisch verdichtet und typographisch durch Fettdruck hervorgehoben, zum Kernstück der Antwort der «Lieben Marta». Das «bessere Muster» sei

[e]ines, indem [sic] die Abhängigkeit der Partner sich etwa die Waage hält. Eine Beziehung, in der jeder die Nähe des andern sucht, sich wieder entfernt und zurück kommt – und keiner bangen muss. Eine Partnerschaft, in der beidseitig Bedürfnisse angemeldet, nicht immer berücksichtigt, aber doch ernst genommen werden.⁴²

Die «Liebe Marta» entfaltete das Ideal in drei im Satzbau parallelen Sätzen vom abstrakten «Muster» über den allgemeinen Begriff «Beziehung» zur konkreten «Partnerschaft». Was genau sollte Partnerschaft sein? Die «Liebe Marta» ging von Abhängigkeiten aus. Sie sollten aber gleichmässig verteilt sein, sich «die Waage» halten. Die «Liebe Marta» sprach von einer Suche nach Nähe, von Entfernen und Zurückkommen und zeigte damit die Notwendigkeit zu wechselseitiger Bezogenheit *und* Autonomie auf. Durch die Metaphern der Suche nach Nähe, entfernen und zurückkommen erschien Partnerschaft als dynamisch. Ein weiteres Merkmal sei Interaktion, das Anmelden von Bedürfnissen. Und schliesslich Gleichwertigkeit: So sollen *beidseitig* Bedürfnisse ernst genommen werden. Die Metapher der Waage führte die «Liebe Marta» in den Dunstkreis juristischer Ehrechts-Diskurse. Da die Waage durch die Allegorie der Justitia eng mit Gerechtigkeit im juristischen Sinn verbunden ist, konnotierte sie das Partnerschaftsideal der «Lieben Marta» mit dem im Reformprozess befindlichen Rechtsstatus von Eheleuten, der 1988 die patriarchale durch eine partnerschaftliche Ausrichtung ersetzen sollte.⁴³

Die Merkmale der Partnerschaft transportierte die «Liebe Marta» stets in ihren Ratschlägen. Sie stellte die ideellen Werte dabei immer am konkreten Fall dar, so

auch im vorliegenden Beispiel, denn sie liess auf ihre abstrakten Ausführungen den Satz folgen: «In einer solchen Ehe gäbe es rote Rosen – weil Du sie Dir ganz einfach gewünscht hättest, und Dein Mann begriffen hätte, was sie Dir bedeuten.» So wurde die Norm in eine materielle Alltäglichkeit herunter gebrochen und anschaulich.

Ein Brief für Elke

Mit ihrer Antwort im *Blick* liess es Marta Emmenegger nicht bewenden. Sie stellte stets sicher, dass ihre Ratschläge die Ratsuchenden erreichten. Sie sandte ihnen eine Ausgabe des *Blick*, in dem sie die Anfrage behandelt hatte, auf dem Postweg zu. Standardbriefe, von ihrer Mitarbeiterin verfasst und von Marta Emmenegger signiert, wiesen auf die Veröffentlichung hin. Auch ihre Rolle als Ratgeberin adressierte die «Liebe Marta»: «Ich würde mich freuen, wenn meine Antwort etwas zur Lösung beitragen könnte.» Sie lud die Ratsuchenden ein, sich wieder an sie zu wenden, falls sie noch Fragen hätten oder «Sie wieder etwas drückt».⁴⁴

Auch Elke erhielt die Kolumnen per Post. Lisa Biderbost verfasste zur ersten Kolumne einen Begleitbrief, der weder die redaktionelle Arbeitsteilung noch die Praxis der Medialisierung verdeckte.⁴⁵ Lisa Biderbost erklärte, dass Marta Emmenegger, die derzeit im Ausland arbeite, einen «Teilaspekt» des Briefes zum Anlass einer Kolumne genommen habe. Der offene Umgang mit der Medialisierung erweist sich als weniger interessant als eine Korrektur, die Lisa Biderbost auf dem maschinengeschriebenen Brief vornahm. Sie wies darauf hin, dass Elke, falls sie noch Fragen habe, «sich selbstverständlich nochmals an mich wenden» könne. «[M]ich wenden» war überschrieben mit «Marta wenden». Die Korrektur offenbart die Routine, mit der die Mitarbeiterin die von Marta Emmenegger zu signierenden Briefe schrieb, sowie die Bemühungen um die Aufrechterhaltung des Autornamens «Liebe Marta». Die «Liebe Marta» ging gleichsam in ihrer Mitarbeiterin auf – oder vice versa.

Mit dem Begleitbrief wurde das populärmediale Produkt in eine persönlich wirkende Ratgeberkommunikation überführt. Die damit evozierte Intimität musste aufgrund des standardisierten Formats des Briefes freilich illusorisch bleiben. Dennoch: Elke hatte an die «Liebe Marta» geschrieben und die «Liebe Marta» schrieb an Elke. Der Brief war in die Zeitung gekommen und gelangte aus der Zeitung an die Ratsuchende.

Zusammenfassung

Der Blick auf die Prozesse der Medialisierung eines Briefes an die «Liebe Marta» offenbarte, dass die «Liebe Marta» Diskurse im foucaultschen Sinne kanalisierte. Durch die Bearbeitung des Ratgesuchs war seine Komplexität reduziert

worden. Dies ist in einem positiven Sinne zu verstehen: Erst durch die Aufbereitung entstand eine rezipierbare Kolumne. Verdichtungen und Verschiebungen sorgten für eine (chrono-)logische und konsistente, gleichwohl kontrastreiche Narration, stellten Rahmeninformation wie die Charakterisierung der Ratsuchenden und ihres Umfeldes zu Beginn sicher. So auch Einfügungen, die neue Aspekte einbrachten. Das Ratgesuch wurde zudem so verengt, dass der Ratschlag zugespitzt und auf den zentralen Diskurs der Partnerschaft kondensiert erfolgen konnte.

Auch materielle Elemente unterstützten die Rezipierbarkeit des Briefes. Sie brachten das publizierte Produkt auf spezifische Weise hervor. Platzierung und Struktur der Ratgeberrubrik sowie die Titel, die vorgeblich die Ratsuchenden zitierten, riefen den Eindruck hervor, es handle sich um einen Austausch zwischen Medium und Ratsuchenden bzw. Rezipierenden. Die Platzierung auf der forenreichen Leserseite verstärkte die Konnotation mit Alltäglichkeit und Anwendungsorientierung. Wiesen Platzierung und Struktur der Ratgeberrubrik eine generelle Handhabung der Texte an und führten sie in ein Feld der Alltäglichkeit, so leitete die Gestaltung des Textes das Lesen an und bekräftigte Elemente des Diskurses der «Lieben Marta». Demgemäß wurde auch das von der «Lieben Marta» minutios entwickelte Ideal der Partnerschaft durch Fettdruck markiert.

Die Analyse gewährte ferner Einblick in die Grenzen des Schreibens über Sex im populären Medium «Liebe Marta». Das Beispiel liess ahnen, dass hier das Spektrum sexueller Praktiken beschränkt und der Bereich des Sexuellen auf das ausschliesslich sexuell Konnotierte begrenzt war. Der Sex allein war nicht thematisierbar und durfte das ihm zugesprochene Feld nicht überschreiten. Die «Liebe Marta» hatte die Gefahren dieses Diskurses gebändigt.

Anmerkungen

¹ Vgl. Inke Deichmann: «An Dr. Sommer und Co...»: *Illustrierte als medizinische Rageber*. New York/München/Berlin 1988; Susanne Lindau: *Lebenshilfe in Ratgeberrubriken. Analyse unterhal tender Wochenzeitschriften der Jahre 1962 und 1992*. Wiesbaden 1998; Tjalda Saathoff: *Ein Jahrzehnt Ratgeberspalten. Inhaltsanalyse von Alltagskonflikten in fünf ausgewählten Zeitschriften*. Hamburg 1981; Gilbert Schmid: *Lebensberatung durch Publikumszeitschriften – Konkurrenz oder Chance für kirchliche Pastoral?* Frankfurt a.M. 1979; Lu Seegers: Fragen Sie Frau Irene. Die Rundfunk- und Familienzeitschrift Hör zu als Ratgeberin in den fünfziger Jahren. In: *WerkstattGeschichte* 21 (1998), 87–103.

² Dieser Artikel entstand im Rahmen meiner geschichtswissenschaftlichen Dissertation über die Ratgeberrubrik «Liebe Marta», die ich im Kontext des vom Schweizerischen Nationalfonds geförderten Projekts «Ratgeberkommunikation und die mediale Konstruktion sexueller Selbstverhältnisse im ›Blick‹ (1980–1995) und in aktuellen Internetforen» erarbeitete.

³ Michel Foucault: *Die Ordnung des Diskurses*. Übersetzt aus dem Französischen von Walter Seitter. Frankfurt a. M. (1991) 72000, 11.

⁴ Foucault hat sich zu Medien kaum geäussert, ist aber medientheoretisch durchaus anschlussfähig. Vgl. die Zusammenstellung Michel Foucault: *Botschaften der Macht. Reader Diskurs und Medien* (hg. von Jan Engelmann). Stuttgart 1999.

- ⁵ Friedrich Kittler: *Grammophon, Film, Typewriter*. Berlin 1986, 5.
- ⁶ Dierk Spreen: *Tausch, Technik, Krieg. Die Geburt der Gesellschaft im technisch-medialen Apriori*. Hamburg 1998, 7 (i. O. hervorgehoben).
- ⁷ Vgl. Roger Chartier: Texts, Printing, Readings. In: Lynn Hunt (Hg.): *The New Cultural History*. Berkeley/Los Angeles/London 1989, 154–175.
- ⁸ Die Rezeption der «Lieben Marta» rekonstruiere ich in meinem Dissertationsprojekt zur Ratgeberrubrik «Liebe Marta» anhand der Briefe, die die Ratgeberin erhielt. Ratsuchende leiteten oftmals ihre Briefe mit Hinweisen auf Rezeptionssituationen oder mit Bewertungen der «Lieben Marta» ein.
- ⁹ Zum Autornamen vgl. Michel Foucault: Was ist ein Autor? In: Ders.: *Botschaften der Macht* (wie Anm. 4), 30–34.
- ¹⁰ Peter Uebersax: *Blick zurück. Erinnerungen eines Chefredaktors*. Zürich 1995, 133–134.
- ¹¹ Vgl. Jürg Bürgi: «Vertraut dem Volk!» Bausteine zur Geschichte eines Boulevard-Blatts. In: Ders. (Hg.): *BLICK – Immer dabei! Die tägliche Inszenierung des gesunden Volksempfindens*. Basel 1984, 11–44.
- ¹² Die durch ein Presse syndikat verbreitete Kolumne war 1956 erstmals erschienen. «Dear Abby», alias Pauline Esther Phillips (geb. 1918), schrieb humoristisch über sexuelle und Beziehungsprobleme. Sie avancierte binnen kurzer Zeit zur populärsten Kolumne der USA. Ab den späten 1960er Jahren bezog sie offen zu dezidiert politischen Themen Stellung, kritisierte den Vietnamkrieg und befürwortete die Straffreiheit von Schwangerschaftsabbrüchen. Vgl. Jan Pottker und Bob Speziale: *Dear Ann, Dear Abby. The Unauthorized Biography of Ann Landers and Abigail Van Buren*. Toronto/New York 1988.
- ¹³ Vgl. Peter A. Bruck und Günther Stocker: *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens: Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. Münster 1996, 23.
- ¹⁴ P. Uebersax: *Blick zurück* (wie Anm. 10), 70.
- ¹⁵ Markus Bürgi: Emmenegger, Marta. In: *Historisches Lexikon der Schweiz*, 11.02.2005. www.hls.ch [Stand: 16.03.2006].
- ¹⁶ Der «Heisse Draht» beriet Leserinnen und Leser in Rechtsfragen.
- ¹⁷ Gespräch mit Peter Uebersax vom 14.2.2006.
- ¹⁸ Vgl. P. Uebersax: *Blick zurück* (wie Anm. 10), 134.
- ¹⁹ Gespräch mit Peter Uebersax (wie Anm. 17).
- ²⁰ «Neu im BLICK. Liebende fragen Marta». In: *Blick* vom 8.2.1980, S. 4.
- ²¹ Marta Emmenegger: *Marta Emmenegger beantwortet 333 Briefe zu Liebe und Sex*. Zofingen 1983, 15.
- ²² Gespräch mit Lisa Biderbost vom 17.10.2005.
- ²³ Die Mitarbeiterinnen wechselten im Laufe der Jahre.
- ²⁴ Lisa Biderbost war von 1983 bis 1989 Marta Emmeneggers Mitarbeiterin. E-Mail von Lisa Biderbost vom 17.10.2005.
- ²⁵ Gespräch mit Lisa Biderbost (wie Anm. 22).
- ²⁶ Anonymisierung durch mich.
- ²⁷ Brief vom 4.6.1985, DNr. 1306, 1.
- ²⁸ Brief vom 4.6.1985 (wie Anm. 27), 21.
- ²⁹ Die Ratgeberin erfand Details nicht im Sinne einer Fiktion. Vielmehr schöpfte sie bei der Hinzufügung von Details aus dem Fundus von Narrationen anderer Briefe, ohne indes tatsächlich auf konkrete Briefe Bezug zu nehmen. So wird bei der Erweiterung von Briefen deutlich, dass Marta Emmenegger sich auf besonders stark verdichtete narrative Muster bezog.
- ³⁰ Vgl. Kolumne vom 16.7.1985, DNr. 1308.
- ³¹ Kolumne vom 16.7.1985 (wie Anm. 29).
- ³² Vgl. etwa Kolumne vom 6.5.81, DNr. 10841; Kolumne vom 10.12.81, DNr. 10649; Kolumne vom 26.9.83, DNr. 11263; Kolumne vom 7.1.88, DNr. 13607.
- ³³ Kolumne vom 27.7.85, DNr. 1310.
- ³⁴ Brief vom 4.6.1985 (wie Anm. 27), 15.
- ³⁵ Als Strassenverkaufszeitung ist der *Blick* auf eine enge Bindung seiner Leserschaft besonders angewiesen. Er pflegt eine intensive Leserbindung. Vgl. Ulrich Säker / Heinz Bonfadelli / Walter Hättenschwiler / Michael Schanne: *20 Jahre Blick. Analyse einer schweizerischen Boulevardzeitung*. Zürich 1979, S. 185–192. Allgemein zur Leserbindung von Boulevardzeitung vgl. P. A. Bruck und G. Stocker, 29 f.

- ³⁶ Diese Form der Leserbindung verfolgte der Blick bereits in seiner ersten Ausgabe am 14. Oktober 1959.
- ³⁷ In diesem Begleitbrief wurde der Ratsuchenden keine Adresse einer Fachperson vermittelt. In der Regel gab die «Liebe Marta» die in der Kolumne angekündigten Adressen aber an.
- ³⁸ Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt a. M. 2001, 9.
- ³⁹ Ebd., 77.
- ⁴⁰ Kolumne vom 4.10.1980, DNr. 10424.
- ⁴¹ Zu Funktion und Wirkung von Typographie siehe Sabine Gross: Lese-Zeichen. Kognition, Medium und Materialität im Leseprozess. Darmstadt 1994; Hartmut Stöckl: «Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung», in: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41 (2004) Nr. 3–4, 5–48; Susanne Wehde: *Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung*. Tübingen 2000.
- ⁴² Kolumne vom 27.7.85, DNr. 1310.
- ⁴³ Vgl. Eidgenössische Kommission für Frauenfragen (Hg.): *Frauen Macht Geschichte 1848–2000. Zur Geschichte der Gleichstellung in der Schweiz 1848–2000*. Bern 2001, Kapitel 3.5: Frauen im Zivilrecht. http://www.frauenkommission.ch/pdf/d_3_5_recht.pdf [Stand: 12.02.2008].
- ⁴⁴ Vgl. Begleitbrief vom 19.8.85, DNr. 1309.
- ⁴⁵ Begleitbrief vom 19.7.1985, DNr. 1307.