

Hans J. Wulff

Das präsentative Spiel "Herrenmagazin": Rollen, Adressierungen und das Schokoladenseiten-Theorem

Unveröffentlicht. Ursprünglich als Vortrag vor dem Kommunikationswissenschaftlichen Kolloquium, FU Berlin, 1988; später (1996) als Beitrag zu einem Sammelband zur Problematik des voyeuristischen Blicks geplant, der aber nie zustandekam.

URL dieser Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/10-8>.

Das, was "Herrenmagazine" ausmacht, sind die Fotos. Fotos unbekleideter Mädchen. Der redaktionelle Teil ist Beigabe und sekundär, so sorgfältig er auch betreut sein mag.

Ein weitverbreiteter Standpunkt für die Analyse der Fotos aus Magazinen ist: Der Betrachter ist ein *Voyeur*, einer, der einen verbotenen und vielleicht deshalb lustvollen Blick wirft. Dagegen gilt es zu argumentieren, weil von der medialen und kommunikativen Realität der Fotografien allzu schnell abglenkt wird.

Die Bewußtheit des Spiels

Dagegen kann man nämlich mit gutem Grund eine andere These stellen, wenn man „Herrenmagazin“ als Titel eines besonderen kommunikativen Handlungsspiels ansehen mag: *Alle Beteiligten am Spiel "Herrenmagazin" sind sich ihrer Rollen bewußt.* Herrenmagazine gehören zum "präsentativen Entertainment", einer Unterhaltungsbeziehung, in der der eine dem anderen etwas zeigt und der andere sich daran erfreut. Das ist eine oder sogar die Grundform theatralischen Handelns und stellt das Herrenmagazin in eine Reihe mit Sensationsdarstellungen, mit Feuerschluckern, Bauchrednern und dergleichen mehr.

Es bedarf, auch das kann man der theaterwissenschaftlichen Theorie entnehmen, eines klaren situativen Rahmens, einer "Situationsdefinition", die erst das "Theatralische" hervorbringt. Die Sekretärin, die im Büro einen rief mit 250 Anschlägen pro Minute tippt, ist kein Objekt theatralischer Anschauung; man setze sie auf eine Bühne, projiziere den Text, den sie schreibt, auf eine Leinwand, schließe den Brief mit einem Tusch: sie erhält Beifall. Wenn ihr Tun als etwas präsentiert wird, das *für ein Publikum* gemacht ist: dann geschieht mehrererlei. Zum einen verändert das, was sie tut, seinen Modus: Das ist

kein Schreiben mehr, um einen Brief in die Post geben zu können, sondern das ist eine Tätigkeit, deren virtuoser Vollzug Gegenstand der Aufmerksamkeit ist. Aus der instrumentellen Tätigkeit wird die Präsentation eines Tuns, das eine gewisse Perfektheit in Anspruch nehmen kann. Zum anderen verändert sich auch die Rolle der Sekretärin selbst: Ist sie im einen Falle instrumentell als "Schreibkraft" definiert, steht sie im anderen Falle als Objekt der Anschauung dem Betrachter gegenüber, und die Virtuosität ihres Tuns ist der Anker, der den Betrachter bindet und ihren Auftritt begründet.

Ein anderer Rahmen, der ein Gegenüber dieser Rollen (Objekt der Anschauung und Betrachter) umfaßt, ist das "Herrenmagazin". Man kann in der Badeanstalt sein, und die Frauen der Umgebung sind nicht oder nur bedingt Objekte der Anschauung. Man lichte die gleichen Frauen ab, drucke Bilder von ihnen auf Hochglanzpapier - man braucht ihre Badeanzüge nicht einmal zu ändern: Und schon wird das gleiche Mädchen zu einem Teil des kommunikativen Spiels "Herrenmagazin".

Nun ist der normale Leser eines Magazins weder hypnotisiert noch steht er unter Drogen. Er weiß, was er tut. Und auch die Macher eines Magazins wissen, daß der Leser weiß, was er tut. Und der Leser wiederum weiß, daß die Macher wissen... Schließlich wissen auch die abgebildeten Mädchen, an welchem Spiel sie in welcher Rolle teilnehmen. Der Leser weiß also, daß er nicht der heimliche Voyeur ist, der durch ein Loch in der Bretterwand in einen abgesperrten Bezirk hinüberspannt. Der Leser tut einen freien Blick auf etwas, von dem er weiß, daß es für ihn arrangiert ist.

Formen der Kontaktaufnahme: Das Mona-Lisa-Arrangement

Man kann nach Indizien suchen und findet einiges.

Das Bezugnehmen auf das Spiel mit bewußten Rollen geschieht in solchen Abbildungen mit der größten Deutlichkeit, in denen sich das abgebildete Mädchen ganz offensichtlich für den Betrachter in Position gebracht hat. Es *posiert* für das Gegenüber, für den Betrachter des Bildes.

Posen sind szenische Arrangements, in denen der, der posiert, einem anderen zeigt, wer er ist. Sicherlich: Posen gibt es viele, und die sozialen Kontexte, in denen posiert wird, variieren ebenso wie die Bedeutungen, denen die Pose Gesicht verleiht. Posen gehören zur Selbstdarstellung von Familien: Die Familie feiert sich, indem die Beteiligten sich präsentieren. Posen gehören zur Darstellung der Macht und der Wichtigkeit. Darum posieren Politiker vor den Kameras. Die Pose unterstreicht die Bedeutung des Augenblicks. Darum gehört die Aufnahme beim Fotografieren zur Hochzeit. Selbst manche Schnappschüsse sind eigentlich Posen, bewahren den Moment, zeigen eine Person in ihrer Privatheit. Bitte lächeln! - und es ist doch nicht das Leben selbst, das gebannt wird, sondern eine Pose, die zeigt: So bin ich, wenn ich nicht posiere!

In der Pose wird eine vielfache Bezüglichkeit hergestellt: Die abgebildete Person tritt zum Betrachter in Beziehung. Sie tritt zu sich selbst in Beziehung. Und sie tritt zum Medium der Vermittlung in Beziehung. Das hat alles mit dem Schokoladenseiten-Theorem zu tun. Die kommunikative Konstellation der Pose umfaßt ein mehrfach reflexives Verhältnis. Man könnte auch sagen: Die Pose ist eine Inszenierung, ein in vollem Bewußtsein der kommunikativen Rollen hergestelltes Format der Verständigung.

Eine der elementarsten Möglichkeiten des Posierens, eines seiner ersten Kennzeichen ist der unmittelbare Blick aus dem Bild heraus nach dem Muster des Mona-Lisa-Bildes. Ein solcher Blick adressiert jemanden, der als "Leerstelle" sozusagen zum Bild hinzugedacht werden muß. Diese Leerstelle ist da, aber sie ist nicht besetzt, genauer: nicht konkret besetzt. Ein individueller Betrachter tritt erst in der aktuellen Wahrnehmung des Bildes in diese Position. In der aktuellen Wahrnehmung des Bildes findet der Blick ein konkretes Gegenüber. Aber auch in diesem Falle: Der Betrachter weiß, daß er gerade eine Leerstelle besetzt, daß er nicht als ein besonderes Individuum adressiert ist, sondern als einer, der in dem be-

sagten Spiel gerade eine vorübergehende Beteiligung hat.

Die Posen, die in jenem Mona-Lisa-Arrangement eingenommen werden, sind zum Teil neutral, zum Teil auf den Akt der visuellen Adressierung beziehbar. Manche mag man für "aufreizend" oder gar pornografisch halten, das mag von Fall zu Fall verschieden sein. Warum befeuchtet sich das Mädchen nur lüstern die Lippen? Blicke scheinen Aufforderungen zu sein. Die Lider sind halb gesenkt. Wie posiere ich erotisch? Es sind gewisse konventionalisierte Gesten, gewisse Haltungen, die dem Erotischen in diesen Bildern Ausdruck geben. Wesentlich erscheint aber dabei, daß wir auch in diesen Fällen mit bewußter Präsentation und Selbstinszenierung für die Kamera konfrontiert sind. Gerade die Stereotypizität der Posen weist darauf hin, daß der Betrachter im Bild ist oder vom Bild vorgesehen ist.

Die narzißtische Pose

Die Aufnahme von Blickkontakt ist die sicherlich offenkundigste Adressierung der betrachtenden Person. Daneben stehen einige andere Formen, in denen die Einbeziehung des Gegenübers nicht so augenscheinlich ist, in denen dennoch aber deutlich ist, daß auch hier der Akt des Präsentierens oder Sich-Präsentierens im Vordergrund steht.

Ein sehr verbreitetes Bildmotiv ist die Beschäftigung des abgebildeten Modells mit sich selbst. Es präsentiert sich der Kamera so, als sei es ganz auf sich selbst konzentriert - als schliefe es, als reinigte es sich, als tagträumte es. Es sind oft Szenen großer Ruhe und Intimität, die da inszeniert sind - man kennt die Bilder auch aus der Werbung, wenn es um Hautmilch geht oder das angebliche Vergnügen, den Morgen mit Shampoo oder einer gewissen Marmelade zu beginnen. Selbst die Margarine-Werbung spielt mit dem erotischen Unterton derartiger Bilder: das erwachende Mädchen, der Mann, der schon Brötchen geholt hat, ein Sonnenstrahl auf Haaren - ein Erwachen nach einer ungezeigten Nacht; post-koitale Zärtlichkeit?

In den Bildern der Herrenmagazine fehlen die Herren. Morgenlicht, besagter Sonnenstrahl, warme Braun- und Grüntöne: Das findet man durchaus. Nur der Mann, die Brötchen, der Kuß - fehlen.

Schlafbilder, Morgenbilder, Badezimmerbilder also Überdeutlich, immer wieder: Die Modelle berühren sich an Körperstellen, die für Fremde "tabu" sind, nur in der Kommunikation mit intimsten Freunden eine Rolle spielen. Die Berührung ist aber fast immer inszeniert als "unschuldige" Berührung, als ergäbe sie sich zufällig. Dem Modell wird keine Lüsternheit unterstellt, ganz im Gegenteil: Es wird inszeniert, als sei es ebenso lustvoll wie enterotisiert eins mit seinem Körper.

Unübersehbar ist auch hier, daß die Pose der Selbstbezogenheit bewußt eingenommen ist, man hat es auch hier mit bewußter Präsentation zu tun. Das Modell spielt die Selbstversunkenheit, bleibt ein Modell und eine Darstellerin; als Teilnehmer am Spiel "Herrenmagazin" eine *öffentliche Person* eben. Die narzißtische Intimität der abgebildeten Situation steht in offenem Kontrast zum Wissen darum, daß das Bild *coram publico* steht, offen ist für eine unspezifische Vielfalt von Betrachtern.

Darum ist die vorgeschobene Natürlichkeit für den Modus des Betrachtens wichtig. Denn würde das Modell sich säuisch zur Schau stellen, müßte der Betrachter sich auf diese offene und offensive Interaktion via Bild einlassen. Der Kontrakt, der Modell und Betrachter verbindet, wäre dann einer, wie er auch in einer billigen Life-Show gilt. In den Herrenmagazinen ist die Schaufstellung auf ein anderes Interaktionsverhältnis gegründet - distanziert, gepflegt, zurückhaltend.

Schnappschüsse

Ein anderer verbreiteter Typ von Bildern ist von der Art "*Urlaubs-Dias*" - jemand zeigt Abbildungen einer Aktion oder Situation, an der er teilgenommen hat. Das Grundmodell ist dabei offenbar die familiäre Dia-Show: Einige aus einer intimen und eng umgrenzten Kommunikationsgemeinschaft haben Zeugnisse von einer Situation hergestellt, an der möglicherweise nicht alle teilgenommen haben.

In der Dia-Show geschehen nun zwei Dinge gleichzeitig: Diejenigen, die dabeigewesen sind, rekapitulieren das Geschehene für sich; und diejenigen, die nicht dabeigewesen sind, werden eingeweiht und informiert. Die abgebildete Situation wird so in einem doppelten Sinne zum Gegenstand familiären Wissens: Alle werden informiert, es wird ein "allgemei-

nes Wissen" der abgebildeten Situation hergestellt. Und: Da man nur fotografiert, was wichtig ist, fotografierenswert ist, wird allen die Gelegenheit gegeben, anhand der abgebildeten Situation sich darüber zu verständigen, was in dieser familiären Gruppe denn für wichtig und der Abbildung würdig gehalten wird.

Die familiäre Dia-Show ist unter dieser Perspektive auch eine Gelegenheit, die in der Familie geltenden kollektiven Überzeugungen, die Relevanzgesichtspunkte, die Akzente, unter denen Wirklichkeit wahrgenommen wird, zu kommunizieren. Wer anderen seine Urlaubs-Dias zeigt, thematisiert damit mittelbar auch die Voraussetzungen, unter denen er das Foto gemacht hat. Voraussetzungen, die kognitiver Art sind.

Wird nun das stilistische Mittel "Schnappschuß", das natürlich auch seine gewohnten Umgebungen evoziert, im präsentativen Arrangement des "Herrenmagazins" eingesetzt, fängt man den Betrachter sozusagen durch die Hintertür. Denn der Schnappschuß setzt entweder die Beteiligung an der abgebildeten Situation voraus; oder der Betrachter ist Mitglied einer familiären Kommunikationsgemeinschaft, in der das Präsentieren von Urlaubs-Dias erst Sinn ergibt. Damit tritt er dann aber auch in das reflexive Verhältnis ein, in dem die kognitiven Grundlagen dieser Fotos thematisiert sind.

Ich zeige dir, wie ich lebe

Eine weitere, sehr verbreitete und konventionelle Art der Präsentation des Modells könnte man als "*Ich zeige dir meine Wohnung...*" paraphrasieren - das Modell wird in natürlichen Umgebungen gezeigt, in denen es dem Betrachter zeigt, wie es sich darin bewegt, was es tut, mit was es umgeben ist, wie es sich ausstattet.

Das Moment des *Environments*, das in allen Formen der Präsentation natürlich eine ganz zentrale Rolle spielt, hat hier eine Doppelfunktion: Zum einen *charakterisiert* es die abgebildete Person als diesem Lebensraum zugehörig (was natürlich auch das umgekehrte Verhältnis umfaßt: das Modell "paßt" in ein Environment der vorgeführten Art). Zum anderen ist auf Grund der wechselseitigen Kenntnis der Rollen in dem präsentativen Spiel "Herrenmagazin" auch der *werbende Charakter* der Abbildung klar.

Das Schokoladenseiten-Theorem

Dies scheint denn auch eine der wichtigsten Hintergrundfunktionen zu sein, die man aus der Annahme, man habe es beim Spiel "Herrenmagazin" mit einem allen Beteiligten bewußten Rollengefüge zu tun, ableiten kann: *Man präsentiert selbstverständlich seine "Schokoladenseite"*.

Das hier sogenannte Schokoladenseiten-Theorem ist nichts anderes als eine Grundregel, die für alle Formen der Präsentation gilt: Man zeigt nach Möglichkeit in allen Einzelheiten eines Bildes ein Arrangement, das in hohem Maße kontrolliert ist und ein positives Selbstbild ausdrücken soll.

Da findet man ein Foto nicht etwa "nicht gelungen", sondern man sagt: Das wird ihm aber nicht gerecht!, oder auch: Ein unvoreilhaftes Foto!

Gemeint ist damit, daß der Akt der Präsentation nicht so vollzogen wird, wie er sein sollte: Die abgebildete Person wird nicht optimal abgebildet, die Kontrolle über den Akt der Schaustellung war nicht ausreichend, das Bild zeigt die Person in einer Art und in einem Environment, die nicht im Interesse der abgebildeten Person steht.

Was man daraus des weiteren schlußfolgern kann? Nun, jeder weiß, daß die Präsentation der Modelle im Spiel "Herrenmagazin" auch unter dem Diktat der Schokoladenseite steht. Die Tatsache, daß das Spiel "Herrenmagazin" die Bewußtheit der komplementären Rollen von Präsentierenden und Betrachtenden voraussetzt, ist genauso Teil der Situationsdefinition wie die Bewußtheit, daß die Präsentation die abgebildeten Mädchen "positiv" vorstellt - in den Umgebungen, in denen die Mädchen sich wohlfühlen und in denen voraussichtlich auch die Betrachter ihre eigene Schokoladenseite wiederfinden können.

Wobei die Betrachter wiederum wissen, daß ...

Exkurs: Tagträume

Mancher würde hier zur Psychologisierung tendieren und nach den Prozessen fragen, in denen die Deckung von Abbildung und Betrachterphantasie hergestellt wird. Und er könnte das Stichwort "Tagtraum" ins Spiel bringen.

Tagträume sind, der Definition nach und im Gegensatz zu den nächtlichen Träumen, vom Individuum frei gewählt und gesteuert und können beliebig wiederholt werden.

Folgt man den psychologischen Überlegungen zum Tagträumen, so könnte man in zwei Richtungen argumentieren:

Zum ersten: Das Spiel "Herrenmagazin" selbst trägt den Charakter von "Tagtraum". Diese These ist insbesondere in Bezug auf die "cinema situation" (so Hugo Mauerhofer in einem berühmten Aufsatz über "The Structure of Film Experience") sehr häufig formuliert worden. Übertragen auf die Ausgangsthese hier: Wer sich in die Rezipienten- und Betrachterrolle in dem Arrangement "Herrenmagazin" hineinbegibt, begibt sich in die Rolle des "Tagträumenden". *Die Struktur des Spiels konstituiert einen Tagtraum*, heißt das.

Zum zweiten: Eine ganz andere These lautete, daß die Bilder, die Mädchen und Posen aus dem Herrenmagazin-Spiel zum *Material von Tagträumereien* werden können. Der Tagtraum verfügt über Mädchen, Posen und Bilder, die dem Herrenmagazin-Spiel entlehnt sind, ist selbst aber kein Bestandteil des Spiels.

In der zweiten These wird das Herrenmagazin-Spiel zu einer pädagogischen Angelegenheit - denn sie besagt, in anderer Formulierung, daß man beim Betrachten von Bildern in Herrenmagazinen lernt (oder sich bestätigt), wie man sich einem anderen, der weiß, daß man sich präsentiert, präsentiert, wie man sich ausstattet, wie man sich im Raum positioniert oder überhaupt in Pose setzt, wie man blickt, was man sagt. *Sexualität oder erotischer Tagtraum muß gelernt werden*, heißt die These; und eine der Agenturen von Lernen ist die Teilnahme am offenkundigen Spiel "Herrenmagazin". Das phantasierenwerte Gegenüber, der taggeträumte erotische Partner, gewinnt im Herrenmagazin-Spiel Kontur und Gestalt.

Hier soll und kann keine psychologische Erörterung dieser Probleme erfolgen. Aber es dürfte deutlich sein, daß dieses auch als eine kommunikationswissenschaftliche These gefaßt werden kann. Wenn man weiß, daß die Teilnehmer am Spiel "Herrenmagazin" wiederum einer besonderen Subkultur entstammen (es ist eine aufstrebende, yuppie-orientierte, bürger-

liche Klientel, das besagen alle Leseruntersuchungen), erfüllt das Spiel seine Funktion, den Lebensstil dieser Subkultur zu thematisieren und zu reflektieren, nur dann, wenn sich alle Beteiligten - also auch die Frauen - auf die Formen der Präsentation verständigen, die im Spiel als funktionierende vorausgesetzt sind.

Die Kommunikation von *life style*: das ist die kommunikationstheoretische Version der psychologischen Tagtraum-These.

Werbecharakter, Konsumismus, Life Style

Es hatte oben geheißen, daß davon ausgegangen werden dürfe, daß es dem Betrachter bewußt ist, daß die Präsentation der Modelle im Herrenmagazin-Spiel dem Diktat der Schokoladenseite unterliegt. Dieses Wissen hat wiederum zwei Konsequenzen.

Einerseits weiß man, daß die abgebildeten Umgebungen, Räume, Ausstattungen usw. das sozusagen ästhetisch Optimale sind, daß sie nach einer wohlüberlegten Entscheidung ins Bild kamen und nicht zufällig. Mit diesem Wissen stehen die abgebildeten Dinge unter dem Vorzeichen der *Signifikanz*: denn wenn einer einen Einrichtungsgegenstand, ein Kleidungsstück oder was auch immer auswählt, um sich präsentieren zu lassen oder selbst zu präsentieren, dann ist das gewählte Objekt allein deshalb mit Bedeutung aufgeladen, weil es Gegenstand einer Wahl gewesen ist und somit *gegen* eine unabsehbare Fülle von nicht-abgebildeten, nicht-gewählten Dingen steht.

Andererseits weiß der Teilnehmer am Herrenmagazin-Spiel aber, daß er an einem präsentativen Spiel teilnimmt, in das auch die Objekte einbezogen sind und in dem die Schokoladenseiten-Regel gilt. Der versteckt scheinende Werbecharakter der Abbildung ist also tatsächlich ganz offen und den Teilnehmern bewußt - und wird offenbar als wesentliches Element des Spiels akzeptiert. Das mag damit zusammenhängen, daß die Teilnahme am Herrenmagazin-Spiel auch als Teilnahme an einer Kommunikation von Lebensstil verstanden wird.

Ähnlich, wie Modezeitschriften Informationen bereitstellen, welche Möglichkeiten akzeptablen Sich-Kleidens gelten, ist dann das Herrenmagazin ein Organ, das eine seiner zentralen Funktionen darin hat,

die aktuellen Möglichkeiten von "life style" vorzustellen. Insbesondere die Environments, die (innen-)architektonisch erstrebenswerten Einrichtungen etc.

Die Teilnahme am Herrenmagazin-Spiel ist zustimmend und positiv. Sie enthält mit diesem Rekurs auf "life style" natürlich eine reflexive Komponente, der Betrachter ist also nicht nur als Adressat der Bilder in die Rezeption gebunden, sondern verfolgt eigene Interessen. Was die einen als "Werbung" und als "product placement" kritisieren würden, ist für andere eine Quelle von lebenswichtiger Information. Denn die Teilnahme an der Konsumkultur setzt voraus, daß man sich in der Warenwelt und den Bedeutungen, die den Waren-Objekten in der gesellschaftlichen Kommunikation von Images, Gruppen- und Subkulturzugehörigkeiten usw. zugewiesen sind, auskennt. Dazu muß man informiert werden. Eines der Instrumente der Information: sind die Herrenmagazine.

"Akte"

Eine Ausnahme in dieser globalen Verklammerung der Bilder in Herrenmagazinen mit den Angeboten der Konsumkultur spielen die "künstlerisch wertvollen Akt-Fotos", die häufig gerade versuchen, den Aspekt des Präsentativen auszuklammern oder zu übersteigern; darum wird die Adressierung durch den Blick der abgebildeten Person vermieden, die Pose wird durch Ausschnittwahl abgelöst etc.

Wenn diese These stimmt, ist die manchmal geäußerte Ansicht, bei derartigen Fotos handele es sich um die Reduzierung der Modelle zu "Objekten gegenständlicher Art", sicherlich sehr fragwürdig. Denn dann geht es darum, mit dem Mittel der fragmentierenden Darstellung den simplen und durchsichtigen präsentativen Akt zu überschreiten und ihn zu einer neuen Dimension ästhetischer Darstellung (und der zugehörigen ästhetischen Anteilnahme) zu führen.

Texte

Kehren wir aber zum Problem der Adressierung zurück. Neben nichtverbalen Mitteln der Adressierung und einem aus der Situationsdefinition abgeleiteten Gegenüber von Rollen sind insbesondere die Texte

ein Mittel, den Betrachter anzusprechen und in ein bestimmtes Verhältnis zum Dargestellten zu setzen.

Mit unerhörter Regelmäßigkeit enthalten die Bildunterschriften Reflexionen der abgebildeten Mädchen über ihre Gefühle und Probleme mit der - dann meist als "Zurschaustellung" gefaßten - Abbildung. Wenn man will, dienen derartige Texte dazu, die Geltung der Situationsdefinition des Spiels "Herrenmagazin" nachhaltig zu versichern: alle Beteiligten sind aus freiem Entschluß dabei.

Es wird also auch für den Betrachter noch einmal deutlich gemacht, daß sich das abgebildete Mädchen der Abbildung bewußt ist. Durch die Äußerung der Reflexion wird zudem (das ist begründet in der Wechselseitigkeit des Teilnehmerwissens) natürlich dem Betrachter auch signalisiert, daß das abgebildete Mädchen weiß, daß der Betrachter weiß, daß...

Die Geltung der Situationsdefinition zu versichern ist aber natürlich auch eine Ent-Erotisierung des Verhältnisses des Betrachters zum Modell: damit wird ein möglicher Voyeurismus von vornherein zurückgenommen.

Die Dialogstruktur

Die Texte kalkulieren oft mit dem Leser als einem Teilnehmer an einem Dialog. Er kann direkt angesprochen werden, manchmal ist er implizit mitnotiert.

Ein Beispiel aus der "Penthouse" (1987/11, p. 54) - eine Bildunterschrift aus einem der Bild-Artikel wird eröffnet mit:

(i) Wofür ich am liebsten mein Geld ausbebe?

Diese Frage ist natürlich nicht dialogeröffnend, sondern setzt eine andere Frage voraus, die resümiert oder wiederholt wird. Zu fragen ist: wer diese erste Frage gestellt hat? Handelt es sich um eine Leerstelle, in die der Leser als imaginärer Interviewer eintritt? Oder ist der Interviewer ein nochmals anderer Teilnehmer am Herrenmagazin-Spiel? Letzteres würde bedeuten, daß das unmittelbare vis à vis von Modell und Betrachter in den Texten in Distanz gesetzt wird, weil strukturell der Interviewer zwischen den Betrachter und die abgebildete Situation gesetzt wird.

Die folgenden Textstücke bringen keinen genauen Aufschluß:

(ii) Den Penthouse-Lesern verrät ich's: für verführerische Dessous aus Seide und Spitze! Darin fühl ich mich großartig - und meinen Freund bringt's auf herrliche Gedanken.

Als Distanzierungsmittel hier die Einbeziehung des "Freundes". Ob die Aussage nun aber an den unmittelbaren Betrachter oder an einen unsichtbaren Interviewer gerichtet ist, kann nicht entschieden werden.

Ein zweites Beispiel aus dem gleichen Artikel (p. 58) zeigt, daß für diesen Artikel eine gleichmäßige Form der Ansprache bzw. Adressierung gewählt ist:

(iii) Ob es eine Sünde ist, daß ich meinen Körper gerne zeige? Für die Fotos zu posieren hat mir nämlich sündhaft viel Spaß gemacht.

Beschlossen wird das Textstück durch einen Kommentarsatz, der wiederum eine weitere Kommunikationsrolle in die dialogische Struktur einbringt:

(iv) - O Connie, du bist eine Sünde wert!

Die Dialog-Situation, die wir hier vorfinden, enthält also mindest drei, wenn nicht vier kommunikative Rollen - das abgebildete Mädchen, der Kommentarsprecher, der Betrachter und möglicherweise ein nichtabgebildeter Interviewer.

Manche Beispiele sind so konstruiert, daß die Texte von einem "wir" gesprochen werden - offenbar handelt es sich dabei um Berichte der Redaktion, die in eigenartiger Spannung zu den Bildern stehen können. Die Centerfold-Geschichte des "Playboy" (1987/10) beginnt:

(v.i) <Titel:> Yasmin, die Perserkatze

(v.ii) <Fett:> Erkennen Sie Yasmin Khabiri wieder? Nach ihrem kurzen Auftritt als "Mädchen von Berlin" im Augustheft ist die 18jährige mit persischem Paß nun unsere Oktober-Playmate.

(v.iii) <Text:> Die Fassade des Hauses in Berlin-Charlottenburg, in dem Yasmin Khabiri wohnt, hat schon bessere Tage gesehen. Trotzdem ist der alte Bau einladend. Yasmin nimmt uns freundlich auf und bittet uns hinein. Die renovierte Wohnung ist hell und wirkt gemütlich. Denn fast jeder

der 150 Quadratmeter ist mit Perserteppichen bedeckt. "Die stammen noch von meinem Vater", erklärt Yasmin, als sie Tee in Meißner Porzellan serviert, das der Mutter gehört...

Die verschiedenen Kommunikationsrollen von Redaktion und Interviewer, die zwischen Modell und Betrachter geschaltet sind, sind klar erkennbar - (v.1) ist unspezifisch, (v.ii) eine Aussage der Redaktion, (v.iii) der Bericht des Teams, das das Modell "on location" besucht hat. Die Aussagen des Mädchens sind klar indiziert - und indirekt. Die strukturelle Distanz zwischen abgebildeter und betrachtender Person ist maximal.

Wünsche

Ein anderer fester Bestandteil der Texte zu den Bildbeiträgen sind Wunschvorstellungen des abgebildeten Mädchens, Beschreibungen des "idealen Mannes" etc. Im "Playboy" (1987/10) heißt es auf der Mittelseite:

(vi) Der ideale Mann: ist schlank und muß wissen, was er will. Auch von mir.

Im gleichen Heft heißt es einige Seiten weiter in einem Sammelartikel über die Mädchen Floridas (p. 183):

(vii) ...Amy Weiss <...> träumt von einem geheimnisvollen, sensiblen Jüngling mit blauen Augen.

Die abgebildete Person wird so in einem Ambiente präsentiert, daß nicht nur signifikante Objekte, ein Rollengefüge von "Vater", "Mutter", "Freund", "Arbeit" etc., sondern auch Wunschobjekte und Traumpartner umfaßt.

Ob diese imaginären Rollen, die fester Bestandteil der Präsentation sind, die Anknüpfungspunkte für die - erotischen - Tagträumereien der Betrachter sein können, sei dahingestellt. Das würde bedeuten, daß Wunschvorstellungen und Wunschpartner Leerstellen eröffnen, die wiederum der projektiven Phantasietätigkeit des Lesers offenstehen.

Selbst wenn dem so wäre, dürfte eines auch hier deutlich sein: die doppelte Bewußtheit von: (1) es handelt sich um präsentatives Entertainment und ich spiele eine Rolle in dem dadurch eröffneten Spiel; und: (2) hier handelt es sich um eine Leerstelle, die auf mich selbst gewendet werden kann, die aber nicht für mich spezifisch ist.

Das ist aber genau Teil der These: auch dann, wenn die Phantasie des Betrachters bis hin zur Intensität des Tagtraums in das Verständnis der Bilder und Texte hineinreicht, auch dann bleibt das Bewußtsein bestehen, daß man es mit einem Spiel zu tun hat, in dem alle Beteiligten wissen, was sie tun.

Conclusio

Wenn aber bis in den Tagtraum hinein das Bewußtsein besteht, daß man es mit abgeschlossenen Rahmen zu tun hat, mit einem Gefüge von Partizipationsrollen, die man am treffendsten als Rollen eines Spiels beschreibt: Dann bleibt auch auf allen Stufen der Rezeption das Bewußtsein erhalten, daß man es mit einer *fiktionalen Form* zu tun hat.

Die Frage nach der "sittlichen Verrohung", wenn sie denn einer stellen wollte, muß dann zumindest anders gestellt werden.