



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„BILDERBUCH*freundin*“

Über Choreografien von Freundschaft in einem
populären Printmedium

Verfasserin

Mag. Kathrin Unterleitner

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, im September 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 092 308

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:

Volkskunde

Betreuerin:

ao. Univ.-Prof. Dr. Klara Löffler

INHALT

EINFÜHRUNG

1. ANFANG UND ENDE	9
1.1. WIESO FREUNDSCHAFT?	9
Wer ist sie, die Freundin?	10
Das BILDERBUCH-, die BILDERBUCH <i>freundin</i> ?	11
<i>Was heißt hier Bild</i>	11
<i>Zwischen Innen und Außen</i>	12
<i>Parallelwelt Freundschaftsbild</i>	13
Was ist anderes am FrauSein?	14
1.2. ZUR GLIEDERUNG	15

FREUNDSCHAFT

2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT	19
<i>Exkurs: Die Freundschaftspyramide der Antike</i>	21
2.1. FREUNDSCHAFT ALS GESELLSCHAFTSPOLITISCHES KONZEPT... ..	22
2.2. ...UND ALS INDIVIDUELL-SOZIALE BEZIEHUNGSFORM	23
2.3. FRAUENFREUNDSCHAFT	27
2.4. FREUNDSCHAFT IN DER FREUNDIN	30
Die beste Freundin	30

FREUNDIN

3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?	35
3.1. DIE FREUNDIN	37
Ein konservatives Medium.	37
... in modernen Zeiten	38
3.2. WIE PRÄSENTIERT SICH DIE FREUNDIN?	40
Das Layout – Wiederkehrende Gestaltungselemente	40
Die Kontur im Wandel – Relaunch	42
<i>Was fällt weg, was kommt dazu?</i>	43
3.3. WAS BIETET DIE FREUNDIN IHREN LESERINNEN?	44
Unterhaltung.....	44
Ratgeberfunktion.....	46
3.4. EINE FREUNDIN ZUM LESEN	50
Lesefrüchte.....	50
Sprachliche Werkzeuge der Freundschaftstexte.....	55
Mit Rat und Tat	57
Inhaltliche Werkzeuge der freundschaftlichen Kontur.....	60
<i>Kontakte nonstop</i>	60
<i>Die Neuen</i>	62
<i>Eigenwerbung - Eine Freundin, die nie ohne Geschenk kommt</i>	66
Ein Resümee	68
4. DIE BLATTLINIE - FREUNDIN IM JAHRESLAUF	69
4.1. DER SAISONALE AUFBAU ALS FORMALES GERÜST	69
4.2. FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF	70
Saisonen der Freundschaft	74
FrauenFreundschaft als natürliche Norm	76
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE	78
5.1. WERBUNG UND REDAKTIONELLE BILDER – EIN VERGLEICH?	80
5.2. ERSTER SCHRITT: DIE BILDAUSWAHL.....	81
5.3. ZWEITER SCHRITT: DIE BILDGESCHICHTEN.....	86

Verortungen	86
Vereinfachungen	88
Verkörperungen.....	91
5.4. DITTER SCHRITT: DAS BILD IM KONTEXT	94

FREUNDINNEN

6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT	101
6.1. BILDEBENE.....	102
Sehen.....	102
Fühlen.....	106
<i>Gefasste Hände</i>	108
Schmecken	111
Hören.....	114
Riechen.....	118
6.2. TEXTEBENE	122
Sehen.....	123
Fühlen.....	125
Schmecken	127
1. Szenario: Die Essenseinladung.....	128
2. Szenario: Das gemeinsame Essen	129
3. Szenario: Bier	130
4. Szenario: Wein	131
5. Szenario: Kaffee und Kuchen.....	132
Hören.....	135
Riechen.....	141
Der sechste Sinn	143
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN	146
7.1. UNTER FREUNDINNEN	150
Das erste Treffen	152
Die beste Freundin und die Familie	155
Wie bleibt man in Kontakt?	157
Was in der Freundschaft zählt	158
Ein Unterschied zur MännerFreundschaft?	160
„Gestritten haben wir uns noch nie“.....	161
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN.....	165
8.1. HARMONIESUCHT	166
8.2. VERTRAUENSBRUCH/LOYALITÄTSKONFLIKT	167
8.3. KONKURRENZKAMPF.....	168
8.4. DIE BIOGRAFIESCHERE.....	170
Das Doppelpack-Dilemma	170
Gluckenalarm	173
8.5. „SCHATZ, WIR MÜSSEN REDEN“ – ABSCHIED VOM ZICKEN-THEATER	173
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“	176
9.1. WER LACHT, HAT MACHT	178
9.2. VON BRÜLLENDEN MÄNNERN UND ENTHEMT KREISCHENDEN FRAUEN	182
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES.....	184
SCHRITT 1: FRAUENZEITSCHRIFT.....	184
SCHRITT 2: DISKURS VERSUS PRAXIS.....	185
SCHRITT 3: INTERDEPENDENZEN	187
SCHRITT 4: DIE FREUNDIN AUS DEM SUPERMARKT.....	187
SCHRITT 5: MOMENTAUFNAHME FOTOGRAFIE.....	188
SCHRITT 6: ATMOSPÄRE	190
SCHRITT 7: FRAUSEIN ALS ‚SONDERFALL‘	190

ANHANG

11. METHODE	197
11.1. FASZINATION BILD	197
11.2. DURCHFÜHRUNG	198
11.3. ANALYSE DER BILDERFREUNDINNEN	201
11.4. EIN GANZ PERSÖNLICHES RESÜMEE	205
11.5. NACHTRAG	207
Methodenbeispiel aus der Liste „Redaktionelle Texte“ zur Erfassung von Textbildern	207
Das Freundschaftsbild in der Freundin in Zahlen	209
Reichweite lt. Media-Analyse/Auflagenhöhe lt. IVW	211
12. VERZEICHNISSE	213
12.1. LITERATUR	213
12.2. QUELLEN	223
12.3. ABBILDUNGEN	226

„[...] Sie kann sich zum Kiosk begeben und sich dort ‚die Freundin‘ besorgen: Das ist die, die zuverlässig da ist, sich, wenn überhaupt, behutsam und rücksichtsvoll verändert, die uns so richtig rundum präpariert für einen jeweils überschaubaren Lebensabschnitt von höchstens vier Wochen, und die wir, je besser wir sie kennen, desto lieber haben – die gute alte ‚Brigitte‘, die etwas herbe ‚Petra‘, das Mädchen ‚Carina‘ [...] und wie sie alle heißen. So etwas funktioniert auch nur bei Frauen. Oder würden Männer Zeitschriften kaufen, die Eberhard heißen, oder Klaus oder Stephan? Eines läßt sich bestimmt an dieser Namensgebung ablesen: Männern muß man anders kommen, weil sie mit dem unspezifischen Appell an die eigene Gattung – ‚ich bin wie ihr, und ich bin für euch da‘ – wenig anfangen können. Diese Zeitschriften hängen sich allesamt an den Mythos ‚beste Freundin‘, mit der Frauen so richtig rundum versorgt sind und die an allem wenigstens ein bißchen teilnimmt: wie wir aussehen, wie wir uns fühlen, was wir machen, worüber wir nachdenken; und meistens auch in dieser Reihenfolge.“¹

¹ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich. Streifzug durch eine weibliche Welt. Bern u. a. 1996, S. 79.

EINFÜHRUNG

1. ANFANG UND ENDE
2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT
3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?
4. DIE BLATTLINIE – FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE
6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES
11. METHODE
12. VERZEICHNISSE

1. Anfang und Ende

Eine Einleitung steht am Anfang und am Ende. Am Anfang des fertigen Textes und am Ende eines ausführlichen Schreibprozesses. So erfüllen diese Zeilen hier, am Anfang und am Ende, drei Funktionen: Zum einen wird die Lesart erläutert, die ich mir von meinen Leserinnen und Lesern erhoffe. Zum anderen werden wesentliche Begriffe erklärt, die das Rüstzeug zum Einstieg in den Text liefern. Nicht zuletzt wird ein Ausblick auf die inhaltliche Gliederung einen Überblick über das Thema gewähren.

1.1. Wieso Freundschaft?

„Angesichts des derzeitigen Zerfalls herkömmlicher Identitätsmuster und -zuschreibungen und der damit verbundenen Suche nach neuen Formen von Subjektivität bieten Freundschaftsbeziehungen eine wertvolle Möglichkeit der persönlichen Identitätsbildung.“¹

Freundschaft als soziales Phänomen lässt sich verstärkt in den Zeiten wieder finden, in denen – durch den Zerfall sozialer Ordnungen und Hierarchien – nach einem festen Halt gesucht wird. In der Gegenwart kann hier auf den Bedeutungswechsel der sozialen Einheit Familie hingewiesen werden, die, so meinen unter anderem der deutsche Philosoph Harald Lemke und der französische Soziologe Jean-Claude Kaufmann, in Zeiten zunehmender Individualisierung der Gesellschaftsmitglieder an Bedeutung verliere.² Freundschaft als Gegenentwurf zur ‚traditionellen‘ Familienstruktur also, oder vielmehr als Erweiterung in Richtung Familie *und* Freunde. Mit einer ähnlichen Argumentation werden für die Freundin Anzeigenkunden geworben. Es heißt hier:

„In einer Gesellschaft, in der das klassische Familienbild immer seltener der Realität entspricht, ist Freundschaft eine der wenigen Konstanten im Leben. Freundinnen begleiten und unterstützen sich oft über Jahrzehnte, coachen sich gegenseitig und probieren gemeinsam Neues.“³

In der Zeitschrift bietet sich diese Thematisierungsschiene an, um den Rahmen innerhalb dessen eine Zielgruppe angesprochen wird, aufzumachen. Die Leserinnen können sich sowohl in der klassischen Familienproblematik oder im (modernen) Freundschaftsdiskurs wieder finden. Es wird nicht nur mit dem Mann auf Urlaub gefahren, sondern auch mit der Freundin. Es wird von einer Märchenhochzeit geträumt, aber dort mit den Freundinnen gefeiert. Der gezeigte Lebensentwurf dient als Verbindungsstück um möglichst viele potenzielle Leserinnen anzusprechen, zwischen Kind und Karriere, zwischen Familie und Freundinnen.

¹ Lemke, Harald: Freundschaft. Ein philosophischer Essay. Darmstadt 2000, S. 153.

² Vgl. Ebd. S. 9; „Viel versprechender Ausweg“. Der Philosoph Harald Lemke hält die Freundschaft für einen idealen Ersatz von Ehe und Familie. In: Focus Nr. 6, 2001. Zitiert nach: http://www.focus.de/kultur/leben/modernes-leben-viel-versprechender-ausweg_aid_188763.html, vom 15. August 2009; Kaufmann, Jean-Claude: Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen. Konstanz 2006, S. 238-244.

³ <http://www.burda-community-network.de/de/media/freundin.html#nmlinkn999d088e002m002>, vom 30. Juni 2009.

Wenn nicht ein avantgardistisches Marktsegment, sondern eine breite Bevölkerungsschicht angesprochen werden soll, muss ein Freundschaftsbild verwendet werden, dass mit den gängigen Ideen innerhalb dieser Zielgruppe übereinstimmt. Das lässt wenige Rückschlüsse darüber zu, wie Freundschaft alltäglich gelebt wird, hilft jedoch zu verstehen, welches Bild von Freundschaft gegenwärtig im erreichbaren Kulturraum der freundin dominiert. Die Vorlagen zu den freundschaftlichen Vorstellungen der freundin bilden dabei historisch gewachsene Konzepte, aber auch kultur- und zeitspezifische Ideale – in einer medial aufbereiteten, vereinfachten Darstellungsform.

Wer ist sie, die freundin¹?

Wenn in dieser Arbeit von der ‚freundin‘ die Rede ist, so ist jene aus Papier gemeint. Zur eindeutigen Kennzeichnung, in welchem Zusammenhang es sich um das Medium handelt, wurde die Schreibweise der Zeitschrift übernommen. ‚Freundin‘ meint also eine Person, ‚freundin‘ die Zeitschrift.

„Als klassische aber zeitgemäße Frauenzeitschrift, die in allen Ressorts kompetent ist, bietet freundin Tipps und Begleitung für alle Lebensfragen, zeigt Trends und vermittelt dabei gute Laune. Immer wieder überraschend, aber dennoch verlässlich. Wie eine richtige Freundin eben.“²

Mit diesem Absatz beginnt die Selbstdarstellung der freundin auf der Homepage der Burda Community Network GmbH. Eine Zeitschrift, bei der – so die eigenen Angaben – der Name Programm ist.³ 1948 gegründet, ist sie heute eine der auflagenstärksten Produkte am deutschen FrauenZeitschriftenmarkt. Für diese Arbeit interessant wurde sie allerdings nicht nur durch ihre Marktstärke, sondern vor allem durch ihre Argumentation: Eine Zeitschrift, die für ihre Leserinnen „wie eine richtige Freundin“⁴ sein möchte, scheint das ideale Produkt für eine Studie zum Thema Freundschaft zu sein. verdeutlichen

Im untersuchten Zeitraum erreichte die freundin laut Media-Analyse 2006 (1. Welle) insgesamt 4,6 Prozent der Bevölkerung Deutschlands ab 14 Jahren.⁵ In der Konzentration auf die Grundgesamtheit von Frauen (33,7 Millionen) erzielte die freundin 8,3 Prozent Reichweite. In der 2. Welle 2009 sank die Reichweite innerhalb der gesamten Privatbevölkerung Deutschlands auf 3,5 Prozent (das entspricht 2,25 Millionen Kontakten), in der weiblichen Zielgruppe konnte die Zeitschrift 6,3 Prozent Reichweite erzielen (etwa 2,12 Millionen Kontakte). In der Kategorie der „Vierzehntägigen Frauenzeitschriften“ bleibt die

¹ Die Personifikation der Zeitschrift freundin wird in dieser Arbeit bewusst als rhetorisches Mittel eingesetzt, um das freundschaftliche Selbstverständnis ihrer Herausgeber zu akzentuieren.

² <http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 17. April 2007.

³ Vgl. Ebd.

⁴ Ebd.

⁵ Deutsche Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahre (ca. 64,8 Mio., Bevölkerungsstand: 31. Dez. 2007). Siehe auch zur Methode der Media-Analyse und ergänzende Daten: <http://ma.bik-gmbh.de/burda/burda/methode.html>.

freundin hinter *Brigitte* und vor *Für Sie* damit in beiden Kategorien auf Rang zwei.¹ Laut eigenen Angaben aus der Anzeigenabteilung des Burda-Verlages macht gut die Hälfte aller *freundin*-Leserinnen die Zielgruppe der 25 bis 49-Jährigen aus (52 Prozent). Das Heft erscheint vierzehntägig am Mittwoch mit einer verkauften Auflage von rund 510.000 bis 540.000 Exemplaren.²

Diese Zahlen sind marketingtechnisch wesentlich, sie ermöglichen eine Einschätzung der Relevanz eines Medienproduktes. In einer kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung hingegen können sie nur bedingt jenen Eindruck des Ausgangsmaterials vermitteln, der zur Nachvollziehbarkeit der Analyse und der Ergebnisse notwendig ist. Daher wird in Kapitel 3 die *freundin* im Detail und mit dem Fokus auf ihre ‚Freundschaftlichkeit‘ vorgestellt.

Das BILDERBUCH-, die BILDERBUCH*freundin*?

Für die vorliegende Studie wurde ein Jahresvolumen der Zeitschrift, das entspricht 25 Ausgaben, von April 2005 bis Mai 2006 untersucht. Mein Ausgangspunkt, der sich im Titel der Arbeit widerspiegelt, umfasst dabei drei Hauptthemen:

Zum einen geht es um die Analyse eines Ideals, einer medial – als *vollkommen* – inszenierten Idee von Freundschaft, eben einer Bilderbuch-Freundin. Es wird das Freundschaftsbild beziehungsweise die Darstellungsform von Freundschaft innerhalb der Zeitschrift analysiert. Zum anderen steht die *freundin* selbst als Bilderbuch-Freundin im Fokus. Die Zeitschrift, die durch ihren Auftritt, ihre Inhalte, durch Vermarktung und Eigenwerbung selbst als *ideale* Freundin vorgestellt wird. Es gilt zu hinterfragen, wie eine Zeitschrift „eine Freundin“ sein könne und auf welche Eigenschaften einer *echten* Freundin sie sich dabei bezieht. Drittens schließlich, wird die *freundin* in der Methodik der Bildanalyse zum Bilderbuch. Ein Lektüre, welches das Schmökern, Lesen, Blättern und Betrachten gleichermaßen erlaubt.

Was heißt hier Bild

Von einem *Bild* ist in der vorliegenden Arbeit in mehreren Sinnzusammenhängen die Rede. Als Überbegriff ist das *äußere Freundschaftsbild* gemeint. Es geht um die Frage, welche Idee von Freundschaft verbreitet ist, was den kleinsten gemeinsamen Nenner moderner medial transportierter Freundschaft ausmacht. Dieses äußere – das medial konstruierte – Freundschaftsbild setzt sich aus Sprache und Darstellung zusammen.

¹ Mehr Details dazu siehe Nachtrag ab S. 211.

² Beispielzahlen: 537.541 Exemplare, IVW IV/06; 539.882 Exemplare, IVW IV/08; 513.912 Exemplare, IVW II/2009. Zitiert nach: <http://www.ivw.eu>, vom 3. August 2009; <http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 17. April 2007 bzw. <http://www.burda-community-network.de/de/media/freundin.html>, vom 14. Februar 2009. Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) prüft als neutrale Prüfstelle die Verbreitung von Werbeträgern.

Der Begriff Bild steht hier außerdem – nach einer Definition von Sachs-Hornbach – für „Gegenstände, die materiell, in der Regel visuell wahrnehmbar, artifiziell und relativ dauerhaft sind.“¹ Also im Kontext der Zeitschrift: Illustrationen, Abbildungen und Fotografien als *bildliches Quellenmaterial*. Drittens werden die Texte im Sinne von *Sprachbildern* als Informanten verstanden, die bildliches Material in sich bergen. Hierbei handelt es sich um Gedankenbilder, um Bilder, die erzählte Situationen in unseren Köpfen entstehen lassen.

Zwischen Innen und Außen

Kulturelle Phänomene wie Freundschaft spielen sich nicht nur auf einer symbolischen Metaebene ab, sie werden alltäglich gelebt, sind Praxis im alltäglichen Miteinander. Sie sind, so Hörning und Reuter, „[...] nicht nur sinngeladene Konstrukte in symbolischer Form, sondern auch alltäglich vollzogene soziale Praxis.“² Daher kann Freundschaft im Alltag nicht der idealisierten Form der Medien folgen, sondern hat ihre eigenen Gesetze und (Un-)Regelmäßigkeiten.

Wesentlich für den alltäglichen Umgang mit kulturellen Phänomenen ist die Wechselwirkung zwischen einem *äußeren, kulturell sozialisierten* Idee (wie es z.B. über die Medien verbreitet wird) und einer *inneren, individuellen* Vorstellung (von Freundschaft). Zu diesem Zusammenspiel stellt Belting fest:

„Unsere inneren Bilder sind nicht immer individueller Natur, aber sie werden auch dann, wenn sie kollektiven Ursprungs sind, von uns so verinnerlicht, daß wir sie für unsere eigenen Bilder halten. Die kollektiven Bilder bedeuten deshalb, daß wir die Welt nicht nur als Individuen wahrnehmen, sondern dies auf eine kollektive Weise tun, welche unsere Wahrnehmung einer aktuellen Zeitform unterwirft. Gerade an diesem Sachverhalt ist die mediale Einrichtung der Bilder beteiligt.“³

Das innere Bild wird in dieser Arbeit in einem Kreislauf zwischen Frage und Antwort verstanden. Einerseits reagiert es auf ein äußeres mediales Bild, andererseits stellen die Rezipientinnen auf Grund ihrer inneren Bilder an dieses produzierte Bild Anforderungen, abwegige Bilder werden nicht oder nur schwer akzeptiert. Angleichungen können nur langsam von statten gehen, die Wechselwirkung zwischen Diskurs und Praxis ist als ständig minimal fortschreitender Prozess zu denken.

Um für eine bestimmte Zielgruppe lesbar zu sein, müssen Bilder entsprechend visuell codiert werden. Das gilt für gezeichnete Illustrationen in ihrer Konzentration auf bestimmte

¹ Sachs-Hornbach, Klaus: Konzeptionelle Rahmenbedingungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft. In: Sachs-Hornbach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplin, Themen, Methoden. Frankfurt am Main 2005, S. 11-20, hier S. 13.

² Hörning, Karl H. und Julia Reuter: Doing Material Culture. Soziale Praxis als Ausgangspunkt einer ‚realistischen‘ Kulturanalyse. In: Hepp, Andreas und Rainer Winter (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2006, S. 109-123, hier S. 111.

³ Belting, Hans: Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München 2001, S. 21.

Merkmale ebenso wie für choreografierte Fotografien, die in der Freundin auf Grund einer bestimmten Aussage stehen. Leimgruber spricht in diesem Zusammenhang von feststehenden Codes bzw. Mustern, die auf den ersten Blick ein bestimmtes Darstellungsschema zeigen:¹

„Die Entwicklung und Ausdifferenzierung der Bildsprache im Laufe der Jahrzehnte zeigt, daß es sich bei der Fotografie nicht um ein Abbild der Natur handeln kann, sondern daß die Bilder codiert werden müssen, damit sie les- und verstehbar werden. Weder die frühen, das Individuelle hervorhebenden Bilder noch die späteren Typisierungen sind das Resultat objektiver Abbildung. Die Fotografie zeigt vielmehr das Subjektive, kulturell Konstruierte und historisch Variable.“²

Umgekehrt lässt sich durch ein Bild, das in einer bestimmten Gruppe als lesbar gilt, auf jene Codes schließen, die in dieser Gruppe verstanden und akzeptiert werden. Die verwendeten Muster müssen zwar dem alltäglichen Umgang nicht entsprechen, können aber auch nicht vollständig widersprechen.

Parallelwelt Freundschaftsbild

Bei der Illustration von Freundschaft in einem medialen Kontext muss es um Eindeutigkeiten gehen, um die Vereinfachung eines komplexen kulturellen und sozialen Konzeptes auf eindeutige, zumindest darstellbare Bilder. In ihrer Choreografie handelt es sich dabei um Inszenierungen, um Konstruktionen einer eigenen Freundschaftsrealität, einer Wirklichkeit, die sich an Stereotypen und Idealisierungen misst. Auch deshalb, weil durch das Mittel der Übertreibung und Überzeichnung eine eindeutigere Abbildungssituation geschaffen werden kann.³

In der Analyse der Bildbestände der Freundin, also der Vorstellungen und Ideen, die in der Zeitschrift unter dem Begriff Freundschaft vorzufinden sind, wird in der vergleichenden Beschäftigung mit anderen Materialien rasch sichtbar, dass es sich hier um kein ‚anderes‘ Bild handelt, sondern vielmehr um ein Synthese unterschiedlicher Freundschaftsideen, sowohl historischen als auch gegenwärtigen Ursprungs.

Diese Parallelität innerhalb einer freundschaftlichen Zitattradition wird in dieser Arbeit durch die inhaltlich ebenbürtige Verwendung unterschiedlicher Materialien und Quellen betont. Um für die Leserin, den Leser dennoch eine eindeutige Unterscheidbarkeit zwischen dem Ausgangsmaterial und der ergänzenden Literatur gewährleisten zu können, wurde eine formale Differenzierung gewählt: *Diskursive* Zitate, Träger des Freundschaftsdiskurses, sind im Fließtext zitiert. Sie stammen aus der Freundin und geben als verbale Freundschaftsbilder

¹ Vgl. Leimgruber, Walter: Die visuelle Darstellung des menschlichen Körpers. Gesellschaftliche Aus- und Eingrenzungen in der Fotografie. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 213-232, hier S. 215.

² Ebd. S. 220.

³ Ein bisschen Vertrauen scheint deutlich schwerer festzuhalten, als tiefe, innige Nähe.

jene Themenbereiche vor, die zu verhandeln sind. Die *informativen* Zitate hingegen dienen der Bereitstellung zusätzlicher Informationen. Sie stützen die Freundschafts-Bilder der Freundin auf einer breiteren Basis ab und belegen die in unterschiedlichen textlichen Zugängen befestigten Bilder der Freundin. Ihre bibliografischen Details sind in den Fußnoten zu finden.

Was ist anderes am FrauSein?

„Doing Gender“, so Frey Steffen:

„[...] meint soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. Von Candace West und Don Zimmerman 1987 als programmatische Abgrenzung zur Sex-Gender-Unterscheidung [sic!] entwickelt, versteht doing gender Geschlechtszugehörigkeit und Geschlechtsidentität als fortdauernden Herstellungsprozess.“¹

Die Praxis der Geschlechterunterscheidung wird in den diskutierten Problemfeldern und in der vergleichenden Beschäftigung mit Texten aus dem wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Umfeld, mit Ratgebern und Zeitschriften, mehrfach evident: Das beginnt bei der starr vorgegebenen Verknüpfung des Mediums Zeitschrift mit der Zielgruppe „Frau“ und endet in Darstellungsdetails auf den Freundschaftsbildern. Durch sie wird eine eigene Idee von FrauSein geformt – ausgedrückt durch Bilder von Weichheit, Körperlichkeit, Nähe und Natürlichkeit.

Dieses „Doing Gender“, diese sozial gemachte Unterscheidung, macht sich hier jedoch nicht nur als Gegensatzpaar Mann-Frau bemerkbar, sondern vielmehr in der Gegenüberstellung zwischen *Normalität* und *Femininität* – Freundschaft und FrauenFreundschaft, Zeitschriften und FrauenZeitschrift, das Lachen und das Lachen der Frau, Freundschaftskonflikte und ‚typisch weibliche‘ Konfliktfelder – in der Heraushebung eines „Sonderfalls FrauSein“ aus einer vermeintlichen Gesamtheit.

Als Reaktion darauf und zur Abgrenzung dieser Praxis werden in der vorliegenden Arbeit Automatismen des „Doing Gender“ durch Kunstbegriffe ersetzt. Im Lesefluss stolpert man immer wieder; über die Worte FrauenFreundschaft oder FrauenZeitschrift beispielsweise. Dieses Stolpern hilft, um die Bezeichnungen nicht als gegeben hinzunehmen, sondern um sich – auch ohne fortwährende Betonung der Kritik an diesen Zuschreibungen – im späteren Verlauf der Lektüre der Problematik bewusst zu bleiben.

Zusätzlich wird an dieser Stelle auf die besondere Verwendung der weiblichen Form im Fließtext hingewiesen: Im Schwerpunkt sind in FrauenZeitschriften Frauen als Leserinnen angesprochen. Daher wird in der folgenden Arbeit diese Bezeichnung weitgehend übernommen, nicht missachtend, dass es selbstverständlich Männer unter den RezipientInnen gibt. Sofern nicht dezidiert anders angemerkt, ist die grammatikalisch feminine Form in

¹ Frey Steffen, Therese: Gender (= Grundwissen Philosophie). Leipzig 2006, S. 127.

diesem Sinne also als geschlechtsneutral zu verstehen. Die „Leserin“ meint ebenso den „Leser“, die „Rezipientin“ den „Rezipienten“, die „Betrachterin“ den „Betrachter“. Dieser Schritt wurde gemacht, um die Lesbarkeit zu erleichtern und um nunmehr unnötige Verdoppelungen zu vermeiden.

1.2. Zur Gliederung

Nun noch ein Wort zur äußeren Gestalt dieser Studie. Die Arbeit ist in drei Abschnitte unterteilt. Der Anfang steht unter dem Schlagwort *Freundschaft*. Es wird aufgezeigt, wie variabel das Verständnis von Freundschaft von der Antike bis in die Gegenwart war und ist und welchen besonderen Stellenwert FrauenFreundschaft in dieser Geschichte einnimmt.

Teil zwei steht unter dem Begriff *Freundin*. Die Zeitschrift wird als freundschaftliche Begleiterin vorgestellt. Neben einführenden Überlegungen zur Zielgruppe Frau werden Unterhaltung und Ratgeberschaft als Grundfunktionen der Freundin aus Papier diskutiert. Zusätzlich werden wiederkehrende Gestaltungselemente gezeigt und der Umgang mit der Veränderung im Rahmen eines Relaunches erörtert. Um der Freundin ein Gesicht zu geben, werden beispielhaft Lesefrüchte angeboten, dazu sprachliche, formale und inhaltliche Werkzeuge der redaktionellen Textgestaltung präsentiert. Es wird gezeigt, wie FrauenFreundschaft durch die Orientierung am saisonalen Jahreslauf zu einer natürlichen Norm stilisiert wird und welche Bilder diesen Vorgang illustrieren. Bei der Frage nach den Freundschaftsbildern geht es um das Problem der Auswahl, um Verortungen, Vereinfachungen und Verkörperungen.

Der dritte Abschnitt schließlich, *Freundinnen*, konzentriert sich speziell auf die Bilderfreundinnen. Es geht darum, wie Sinnlichkeit sichtbar gemacht wird, wie prominente Personen Zeugenschaft für ihre *ideale* Freundschaft ablegen und darum, welche Situationen als ‚typisch weibliche‘ Konfliktfelder im Freundschaftsdiskurs verhandelt werden. Schlussendlich wird das Lachen als jenes Element vorgestellt, das in der freundschaftlichen Darstellung für die freundliche Grundstimmung sorgt.

Dank

Kein Weg ist lang mit einem Freund an der Seite
(Anonym)

Die Entwicklung eines Projektes kann als Weg verstanden werden. Als Weg, der abhängig von vielen Faktoren, zu unterschiedlichen Zielen zu führen vermag. Dass mein Weg zu dieser Dissertation geführt hat, ist nicht zuletzt der Begegnung mit Menschen zu verdanken, die den einen oder anderen Streckenabschnitt mit mir gegangen sind.

Hier ist an erster Stelle meine Betreuerin, ao. Univ.-Prof. Dr. Klara Löffler, zu nennen. Im besten Sinne begleitend half sie an unübersichtlichen Kreuzungen mit entscheidenden Hinweisen, ohne dabei je einen starren Weg vorzugeben. Ihrem Vertrauen und ihrer Ermunterung auch einmal einen weniger ausgetretenen Pfad zu versuchen, verdanke ich erst den Mut zu dieser Studie.

Ebenso danke ich all jenen Menschen, Familie und Freunden, die auf die eine oder andere Art zur Entstehung dieser Arbeit beigetragen haben: für ihre Begleitung durch die (manchmal mehr und manchmal weniger vergnüglichen) Etappen des Entdeckens, Forschens, Schreibens und Lesens, für konstruktive Kritik, spannende Gespräche und kreative Ideen, aber auch für unterstützende Worte und geduldiges Interesse. Ihnen allen – und ganz besonders jenen, die Hilfe geleistet, ihre kostbare Zeit oder finanzielle Mittel in dieses Werk investiert haben, ist diese Arbeit gewidmet!

FREUNDSCHAFT

1. EINFÜHRUNG
2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT
3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?
4. DIE BLATTLINIE – FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE
6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES
11. METHODE
12. VERZEICHNISSE

2. Diskurs im Wandel der Zeit

Diese Einführung in das Thema Freundschaft entspricht keinem Forschungsbericht im klassischen Sinn, sondern stellt einen Überblick dar über einen Diskurs, in welchem die unterschiedlichen Ebenen – zwischen wissenschaftlichen Studien und Ratgebertexten, zwischen populärwissenschaftlichen Aufsätzen und Unterhaltungsliteratur – verschwimmen. In der gesamten Arbeit werden auf Grund dieser Verwobenheit unterschiedliche Textsorten methodisch auf gleicher Ebene behandelt. Dabei geht es nicht um eine Wertung der Texte, sondern darum zu zeigen, dass es sich bei dem Thema Freundschaft um einen Diskurs handelt, in dem verschiedene Versatzstücke in unterschiedlichen Kontexten tradiert werden. Durch diese Zitattradition, aber auch durch die formelhafte Verwendung des Begriffs ‚Freundschaft‘ geben die Texte eine scheinbare Eindeutigkeit vor, die es so – quer durch Zeiten und Kulturen – eigentlich nicht gegeben hat.

„Je nachdem, womit man den Begriff [Freundschaft] verschränkt, fällt ein anderes Licht auf das Ganze – und es fragt sich, ob all das Facetten eines Themas sind oder völlig verschiedene Themen. Also stichwortartig: Freundschaft und Liebe; Freundschaft und Menschenliebe; Freundschaft und Tugend; Freundschaft und Nächstenliebe; Freundschaft und Individualität; Freundschaft und Einsamkeit; und Gemeinschaft, und Gesellschaft, und Bürgerlichkeit, und Staat. Freundschaft und Leidenschaft, und Vernunft, und Sexualität, und Intimität, und Empfindsamkeit, und Briefkultur. [...] Dann die Beteiligten an Freundschaft. Wieviele können Freunde sein? Alle, wie das ältere Naturrecht meinte, nur wenige unter Ausschluß der Menge, oder nur zwei? Wie alt sind sie [...]? Wie ungleich dürfen Freunde sein? [...] Wann zeigt sie [die Freundschaft] sich? In Abschiedsszenen, auch beim Wiedersehen – Situationen, die sich aus der Alltäglichkeit herausheben.“¹

Historisch, so Leuschner, hat sich der Sinnhorizont von Freundschaft immer wieder verändert.² Dazu bemerkt Bovenschen, dass sich die Autoren und Autorinnen zum großen Teil gar nicht mit Definitionen befasst hätten, sondern Freundschaft auf Grund ihrer Vielfältigkeit vergleichend diskutiert:³ „Das heißt, sie [die Freundschaft] wurde in der Differenz zur Verwandtschaft, zur Kameradschaft, vor allem zur Liebe gesehen. Man hat sich ihr von den Rändern genähert.“⁴

Mit Tenbruck und Leuschner ist vorerst nur eindeutig festzuhalten, dass die Freundschaft einerseits eine Erscheinung ist, die zwar weit verbreitet, aber trotzdem nicht gleichmäßig über

¹ Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Canterino (Hg.): Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft. Literarische Diskurse im 18. Jahrhundert. Tübingen 1991, S. 1-22, hier S. 3f.

² Vgl. u. a. Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“ – Informelle, persönliche Beziehungen politischer Führungsgruppen zwischen privater und öffentlicher Sphäre. S. 1-3. Zitiert nach: <http://www.oegpw.at/tagung06>, vom 4. Juni 2007.

³ Vgl. Bovenschen, Silvia: Ach wie schön. Ein Kapitel über Freundschaft und idiosynkratische Befremdungen mit einem Exkurs über ein Stück von Nathalie Sarraute. In: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 33-47, hier S. 39.

⁴ Ebd. S. 39.

Räume und Zeiten verteilt aufzufinden ist¹ und dass andererseits vor allem zwei Gründe die Zeiten des Freundschaftskultes begünstigen: nämlich:

„wenn die dominierenden verwandtschaftlichen Bindungen für die Lösung bestimmter Handlungsprobleme nicht mehr ausreichen, etwa Schutz abzusichern oder materielle Güter zu erlangen“²,

oder wenn gesellschaftliche Umbrüche eine geringere soziale Orientierung bedingen und somit „soziale Beziehungen und Rollen nicht mehr zur Orientierung des Individuums in der ganzen Breite seines Handelns ausreichen [...]“³. Eine derartige gesellschaftliche Umstrukturierung hätte es nach Tenbruck sowohl in der *Antike* als auch in der *Romantik*, also in den zwei historischen Hoch-Zeiten der persönlichen Freundschaft gegeben; zwar mit großen kulturgeschichtlichen Unterschieden, aber dennoch vergleichbaren Effekten, nämlich eine:

„[...] größere soziale Differenzierung und Heterogenität und damit, wenn auch begrenzter und schwächer, Freistellung von Individualität. Das Bedürfnis nach Freundschaft darf eindeutig als ein Korrelat dieser sozialen Situation angesehen werden.“⁴

Mit Lemke darf diese besondere gesellschaftliche Situation ebenfalls für die *Gegenwart* – und dementsprechend für die moderne Aktualität des Freundschaftsmotives – festgehalten werden:

„Die Aktualität der Freundschaft im 18. Jahrhundert lässt sich also auf eine mit der heutigen Situation vergleichbaren Individualisierung der Lebensverhältnisse und der damit einhergehenden soziokulturellen Möglichkeit, persönliche Beziehungen auf der Grundlage der Freiheit und Gleichheit der Individuen zu gestalten, zurückführen.“⁵

Ein Blick in gegenwärtige Untersuchungen bestätigt die Vermutung, dass es *die* Freundschaft als ein ausnahmsloses Konzept auch heutzutage nicht gibt, nicht einmal dann, wenn man, in Konzentration auf den westlichen Kulturraum, ethnologische Untersuchungen außer Acht lässt. Das beginnt bei Unstimmigkeiten darüber, wer mit wem befreundet sein könne, führt zur Frage nach den Voraussetzungen für Freundschaft und endet bei möglichen Inhalten dieser sozialen Beziehung. Nach der Anzahl der Zitationen zu schließen, stößt eine Definition von Auhagen aus dem Jahr 1991 auf relativ breite Zustimmung, in der Freundschaft als eine Beziehungsform beschrieben wird, die auf Gegenseitigkeit beruhe, freiwillig, andauernd und von positivem Charakter sei und in der es keine offene Sexualität gäbe.⁶ Ergänzend, darauf beziehen sich unter anderem Schilcher und Wolf, sollte dieser Aufzählung der Begriff „Gleichheit“ angefügt werden,⁷ also die „Homophilie“¹ auf Grund von sozialen

¹ Vgl. Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft. Der Fall der Moderne. Opladen 1989, S. 231-233.

² Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“, S.3.

³ Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft, S. 235.

⁴ Ebd. S. 238.

⁵ Lemke, Harald: Freundschaft. Ein philosophischer Essay. Darmstadt 2000, S. 19.

⁶ Vgl. Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag. Eine Untersuchung mit dem Doppeltagebuch. Bern u. a. 1991, S. 17.

⁷ Vgl. u. a. Schilcher, Anita: Geschlechterrollen, Familie, Freundschaft und Liebe in der Kinderliteratur der 90er Jahre. Studien zum Verhältnis von Normativität und Normalität im Kinderbuch und zur Methodik der

Verhältnissen, Alter, Bildung, gemeinsamer Interessen, etc. Stabilität und Verlässlichkeit würde eine Freundschaft durch Prinzipien wie Fürsorge, Reziprozität, Verantwortung und Vertrauen erhalten, so die gängige Meinung diverser Studien.² Bei persönlichen Freundschaftsverhältnissen unterscheidet die gegenwärtige Literatur zwischen engen Freunden, Freunden und Bekannten³, eine Differenzierung, wie sie sich – so weist Schilcher nach – bereits Grundschulkinder angeeignet hätten.⁴

Exkurs: Die Freundschaftspyramide der Antike

Wie variantenreich das Verständnis des Freundschaftsbegriffs sein kann, zeigt ein Blick in die Vorstellungen antiker Philosophen. Nach der Anzahl der beteiligten Freunde und der dieser Beziehungsform jeweils zugeschriebenen Qualität lassen sich zu jener Zeit, so Hyatte, pyramidenförmig angeordnet, vier Freundschaftstypen unterscheiden:

„The area which friendship covers can be pictured as a pyramid. [...] While the pyramide includes an ever-decreasing number of friends as it approaches its peak, it also groups hierarchically [...], four categories corresponding to four sources of *philia*: nature, necessity or usefulness, pleasure, and virtue-wisdom.“⁵

Die unterste Stufe in diesem Modell bildet also nach dem Motto: „common species, common blood“⁶ die generell freundschaftliche Zuneigung innerhalb einer Gruppe bzw. einer Familie. Auf der nächsten Stufe sind Nützlichkeit bzw. Notwendigkeit als Antrieb für ein freundschaftliches Verhältnis angeführt. Vergleichbar mit politischer oder ritueller Freundschaft zählen hierzu, nach Hyatte, Beziehungen innerhalb sozialer Einheiten wie „tribes, city-states, or political parties within a state“⁷. Anschließend wären die lustvollen Freundschaften zu nennen. Hierbei gehe es weniger um die tatsächliche Person des Freundes als vielmehr um gemeinsame Vorlieben und die Freude an der gegenseitigen Gemeinschaft. An der Spitze der Pyramide stehe das Ideal antiker Freundschaftsbilder. Wolle man trotz unterschiedlicher Schwerpunkte der einzelnen philosophischen Strömungen die Konzepte dieser „amicitia perfecta“⁸ zusammenfassen, so Hyatte, ließen sich folgende Grundlagen festhalten:

Werteerziehung (= Kinder- und Jugendkultur, -literatur und -medien. Theorie – Geschichte – Didaktik, Bd. 15). Frankfurt am Main 2001 (zugleich Dissertation, Universität Passau 2001), S. 218.

¹ Wolf, Christoph: Gleich und gleich gesellt sich. Individuelle und strukturelle Einflüsse auf die Entstehung von Freundschaften. Hamburg 1996 (zugleich Dissertation, Universität Köln 1995), S. 22.

² Vgl. u. a. Schilcher, Anita: Geschlechterrollen, Familie, Freundschaft und Liebe; Wolf, Christoph: Gleich und gleich gesellt sich; Czerwenka-Wenkenstetten, Fabienne: Selbstbild und Freundschaft bei Jungen und Mädchen im Jugendalter. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 1998; Mayr-Kleffel, Verena: Netzwerkforschung: Analyse von Beziehungskonstellationen. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 304-310.

³ Vgl. Jaumeandreu, Raimon Graja: Freundschaft, Liebe, Sympathie. Soziale Kompetenz im Alltag. Bern u. a. 1999, S. 149.

⁴ Vgl. Schilcher, Anita: Geschlechterrollen, Familie, Freundschaft und Liebe, S. 218.

⁵ Hyatte, Reginald: The Arts of Friendship. The Idealization of Friendship in Medieval and Early Renaissance Literature (= Brill's Studies in Intellectual History, Vol. 50). Leiden u. a. 1994, S. 3.

⁶ Hyatte, Reginald: The Arts of Friendship, S. 3.

⁷ Ebd. S. 3.

⁸ Ebd. S. 4.

„perfect friendship exists only between virtuous men who love virtue in one another for its own sake; *amici veri* are like a single soul in two (or, sometimes, more) bodies; they have all possessions in common, and their affection is reciprocal; their characters, tastes, and opinions are in complete agreement [...]“¹

Hyattes Pyramide dient der Veranschaulichung antiker Freundschaftskonzepte, die vor allem auf der Übereinstimmung über grundlegende Voraussetzungen von potenziellen Freunden beruht, nämlich „virtue, wisdom, and beneficence“². Er weist aber auch daraufhin, dass es gerade an der Spitze „no single, unanimously accepted definition of perfect friendship among the ancients“³ gegeben hat.

2.1. Freundschaft als gesellschaftspolitisches Konzept...

Während gegenwärtig unter dem Begriff Freundschaft eine vorwiegend persönlich ausgerichtete Beziehungsform verstanden wird, macht ein kursorischer Streifzug durch die Geschichte rasch deutlich, wie unterschiedlich die Vorstellungen sind, die seit jeher unter dem Dach der Freundschaft Platz gefunden haben. Dafür stehen die folgenden Beispiele:

Erstens, die *politische Freundschaft*. Hier wird zwischen der freundschaftlichen Gesinnung von Individuen, Gruppierungen und der Solidarisierung innerhalb einer Gesellschaft bzw. Nation unterschieden.⁴ Eine derartige Form von Freundschaft ist nach Leuschner dadurch charakterisiert, dass sie

„weniger eng und intim ist und daher auch die Möglichkeit beinhaltet, dass eine große Anzahl von Bürgern, die sich nicht alle persönlich kennen, im Sinne politischer Übereinstimmung Freunde sein können.“⁵

Als Zweckgemeinschaft bedeutet Freundschaft entweder eine allgemeine Solidarität mit den anderen Bürgern einer Stadt oder eines Staates oder stellt nach Garnier eine

„zeitlich begrenzte Interessensgemeinschaft [dar], die so lange währt, bis die gemeinsam geplanten Aktivitäten abgeschlossen waren. In der Regel wurde sie urkundlich fixiert und teilweise durch rituelle Kommunikationsmuster, etwa durch einen Kuss, ergänzt.“⁶

Ähnliche Formen politisch motivierter Freundschaft sieht Leuschner sowohl bei Aristoteles und Cicero als auch in späteren mittelalterlichen Überlieferungen.⁷ In diesem Zusammenhang

¹ Hyatte, Reginald: *The Arts of Friendship*, S. 4.

² Ebd. S. 2.

³ Ebd. S. 2.

⁴ Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“, S. 7.

⁵ Ebd. S. 2.

⁶ Garnier, Claudia: Politik und Freundschaft im spätmittelalterlichen Reich. In: Oschema, Klaus (Hg.): *Freundschaft oder „amitié“? Ein politisch-soziales Konzept der Vormoderne im zwischensprachlichen Vergleich (15.-17. Jahrhundert)* (= Zeitschrift für historische Forschung, Beiheft 40). Berlin 2007, S. 35-65, hier S. 40.

⁷ Vgl. dazu und zur Geschichte der politischen Freundschaft: Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“.

sei darüber hinaus Patronage, also die patriarchalische Verbindung zwischen *Schutzherrn* und *Schutzbeherrschtem*, als strukturelle Freundschaftsverbinding mitzudenken.¹

Zweitens, Freundschaft unter vermehrt *christlich-religiösem Ansatz*. Sie tritt im Mittelalter auf. Der schottische Zisterzienser Aelred von Rieval fordert zu Eigenschaften wie Keuschheit, Ehrlichkeit und Hilfsbereitschaft auf.² Dem Einzelnen wird die praktische Ausübung von Nächstenliebe vorgeschrieben, was die Erziehung und die Einübung wesentlicher christlicher Lehren unterstützen soll.³ Majdan sieht in diesen Forderungen ein kirchliches

„Machtkalkül, da Freundschaften ob ihrer starken persönlichen Bindung u.U. die kirchliche Gemeinde, das Ansehen des Klerus oder die Stabilisierung der Gesellschaft unterlaufen hätten“⁴.

Drittens – an der Grenze zwischen politisch motivierter und persönlicher Freundschaft – freundschaftliche Beziehungen, die gleich einer *kulturellen Institution* als Rituale gesellschaftlich kontrolliert werden. Dies geschieht insofern, als „von festen Personengruppen sozial verlangt wird, einen Freund zu haben.“⁵ Tenbruck weist auf unterschiedliche ethnologische Studien hin, auf Naturvölker, bei denen man beispielsweise einen Freund aus der eigenen Initiationsgruppe, einen Handelsfreund oder rituellen Brautwerber zu besitzen habe.⁶ Derartige institutionalisierte Freundschaftsbeziehungen würden häufig „durch Verwandtschaftsausdrücke bezeichnet“, was darauf hindeute, dass „man sich die unbedingte Freundschaftsbeziehung nur im Bilde der Verwandtschaftsbeziehungen vorstellen konnte.“⁷ Denn: „Für die unbedingte Treue und Leistung dieser persönlichen Beziehungen war kein anderes Modell als das der geheiligten Verwandtschaftsbande vorhanden.“⁸

2.2. ...und als individuell-soziale Beziehungsform

Parallel zu diesen – von gesellschaftspolitischen Überlegungen und Machtansprüchen begünstigten – strukturellen Freundschaftswellen wird quer durch die Geschichte eine Idealform persönlicher Gemeinschaft beschrieben, die unserem heutigen Verständnis von Freundschaft im Sinne der Definition von Auhagen als dyadische, persönliche und informelle Sozialbeziehung⁹ näher kommt. In erster Linie wird in diesem Zusammenhang wiederholt auf

¹ Vgl. u. a. Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“ und Eickels, Klaus van: Freundschaft im (spät)mittelalterlichen Europa: Traditionen, Befunde und Perspektiven. In: Oschema, Klaus (Hg.): Freundschaft oder „amitié“? Ein politisch-soziales Konzept der Vormoderne im zwischensprachlichen Vergleich (15.-17. Jahrhundert) (= Zeitschrift für historische Forschung, Beiheft 40). Berlin 2007, S. 23-34.

² Vgl. u. a. Aelred von Rieval: Freundschaft mit Gott. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 67-82.

³ Vgl. Majdan, Ulrike: Über die Freundschaft. Diplomarbeit, Universität Wien, Wien 2004, S. 19.

⁴ Ebd. S. 19.

⁵ Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft, S. 243.

⁶ Vgl. Ebd. S. 243.

⁷ Ebd. S. 244.

⁸ Ebd. S. 245.

⁹ Vgl. Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 17.

die Tugendfreundschaft von *Aristoteles* verwiesen. Dieser, so ist in der Anthologie Eichlers zur Philosophie der Freundschaft¹ nachzulesen, behauptet:

„Vollkommene Freundschaft ist die der trefflichen Charaktere und an Trefflichkeit einander Gleichen. Denn bei dieser Freundschaft wünschen sie einer dem anderen in gleicher Weise das Gute, aus keinem anderen Grunde, als weil sie eben trefflich sind [...].“²

Seine Idealvorstellung beruht auf der Annahme der Gleichheit und Charakterstärke der Freunde, denn nur wenn beide gleichsam rechtschaffene und weise Männer seien, wären sich diese ausreichend liebenswert.³ Mit Hyatte lässt sich das aristotelische Freundschaftskonzept folgendermaßen beschreiben: „The excellent friend sees in his nearly equal partner an alter ego, a mirror of his own virtue and a source of self-knowledge [...].“⁴, wobei: „[...] loving is more important in friendship than being loved.“⁵ Für Aristoteles verhalte sich der freundschaftlich, der dem Freund Gutes tut, wer das Leben mit dem Freund zu teilen wünscht, sich für dieselben Dinge entscheidet wie der Freund und der „Leid und Freud mit dem Freunde teilt“⁶. Obwohl solch eine Freundschaft selten wäre, weil es einerseits nur wenige Menschen dieser Art gäbe und andererseits viel Zeit und gegenseitiges Vertraut-Werden notwendig sei, verspreche sich Aristoteles aus der Erfüllung dieser Voraussetzungen ein dauerhaftes Naheverhältnis zwischen Guten.⁷

Der Schriftsteller, Moralist und Philosoph *Michel de Montaigne* geht im 16. Jahrhundert in seiner Beschreibung der berühmten Freundschaft zu Étienne de la Boétie sogar noch einen Schritt weiter:

„Bei dem, was wir gewöhnlich Freunde und Freundschaft nennen, handelt es sich allenfalls um nähere Bekanntschaften, die bei gewissen Anlässen oder um irgendeines Vorteils willen geknüpft wurden und uns nur insoweit verbinden. Bei der Freundschaft hingegen, von der ich spreche, verschmelzen zwei Seelen und gehen derart ineinander auf, daß sie sogar die Naht nicht mehr finden, die sie einte.“⁸

Während gewöhnliche Freundschaft mit mehreren Menschen stattfinden könne, sei diese Verschmelzung zweier Seelen höchstens mit einer Person im Leben denkbar⁹, bzw. sei es „bereits viel, wenn dem Schicksal das [die Herausbildung eines solch innigen Bundes] alle

¹ Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999.

² Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glücksseeligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 29-54, hier S. 33.

³ Ebd. S. 33f.

⁴ Hyatte, Reginald: The Arts of Friendship, S. 18.

⁵ Ebd. S. 18.

⁶ Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glücksseeligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 44.

⁷ Ebd. S. 34.

⁸ Montaigne, Michel de: Über die Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 83-97, hier S. 90f.

⁹ Vgl. Ebd. S. 94f.

drei Jahrhunderte einmal gelingt.“¹ Im Gegensatz dazu bezeichnet Montaigne all jene menschlichen Beziehungen als unvollkommene und

„weniger wahre Freundschaften [...], die aus geschlechtlichem Bedürfnis oder Gewinnstreben, aus öffentlicher oder persönlicher Notwendigkeit entstehen [sic!] und gepflegt werden“².

Was bei Aristoteles und Montaigne bereits angedeutet ist, findet in der Zeit der deutschen *Romantik* einen weiteren Höhepunkt. Tenbruck geht sogar so weit zu behaupten, dass sich zwischen 1750 und 1850

„eigentlich das verwirklicht [habe], was wir noch heute meinen, wenn wir empathisch von Freundschaft reden: die aus eigenständigen Gefühlen emporwachsende und im andern die Erfüllung der eigenen Individualität suchende und findende und deshalb auch dem anderen wiederum die Erfüllung seiner Individualität schenkende persönliche Beziehung.“³

Freundschaften wurden in der Romantik nicht nur gepflegt, sondern vor allem in den literarischen Kreisen „zum stärksten Ausdruck des Lebens stilisiert“⁴ und somit „wichtiger als familiäre und sogar eheliche Beziehungen“⁵. Nach Richard von Dülmen galten im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert als Freundschaften typischerweise Verbindungen, die informell und freiwillig geschlossen wurden – im Unterschied zu den gesellschaftlich forcierten Sozialbündnissen der Aufklärung.⁶

Die Romantiker sahen im Vorhandensein gemeinsamer Interessen eine essentielle Basis ihrer Freundschaft, das „gemeinsame Kultur- und Naturerlebnis“⁷ beschreibt von Dülmen als ebenso wichtig wie der emotionale Teil der Beziehung. Das geforderte gegenseitige Vertrauen wurde unter anderem für die ausgedehnten Gespräche unter Freunden kennzeichnend.⁸ Das charakteristische Medium der Freundschaft in der Romantik waren Briefe. Laut Meyer-Krentler ist diese Art eines wechselseitigen und freiwilligen Kontaktes zwischen zwei Personen bezeichnend für die Freundschaftsansprüche der damaligen Zeit:

„Der Brief hat ab der Mitte des [18.] Jahrhunderts, im Zuge des neuen Freundschaftsdenkens, der neuen Sehnsucht nach Intimität starke Konjunktur, wird zum zentralen Medium freundschaftlichen Ausdrucks. Er hebt ab auf Dualität, thematisiert schon von der Form und der Kommunikationssituation her die Zweierbeziehung, gibt dabei aber angesichts der zeitlichen und räumlichen

¹ Montaigne, Michel de: Über die Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 84.

² Ebd. S. 85.

³ Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft, S. 232.

⁴ Dülmen, Richard van: Poesie des Lebens. Eine Kulturgeschichte der deutschen Romantik 1795-1820 (= Lebenswelten, Bd. 1). Köln u. a. 2002, S. 129.

⁵ Ebd. S. 130.

⁶ Vgl. Ebd. S. 129f.

⁷ Ebd. S. 135.

⁸ Vgl. Ebd. S. 131.

Distanz jedem Briefpartner genügend Raum, seinen Part ohne das reale Gegenüber zu formulieren, in Imagination eines idealisierten Gegenübers.“¹

Mit den Ansprüchen der Romantiker von Gegenseitigkeit, Freiwilligkeit, dem freundschaftlichen Gespräch und den überschwänglichen Gefühlen für den Freund lassen sich im Vergleich zu den antiken Philosophen im Streben nach einer idealen persönlichen Freundschaft nahezu idente Vorstellungen feststellen. Neu war in der Romantik, darauf weist von Dülmen hin, das erstmalige – wenngleich zaghafte – Sichtbarwerden einer Freundschaft zu bzw. unter Frauen.²

Im 20. Jahrhundert schließlich entdeckt Lemke durch eine – der Romantik vergleichbare – „Individualisierung der Lebensverhältnisse“³ eine erneute Betonung privater Freundschaften. Dieser Trend, darauf weist Hermand hin, hat sich ebenso in der wissenschaftlichen Theoriebildung festgesetzt. Es wird ein Bild konstruiert, in dem die Einzelnen relativ unbehelligt von gesellschaftlichen Vorgängen ihre Lebensgenossen nicht auf Grund politischer Motivation, sondern vorwiegend aus persönlichen Gründen wählen.⁴

„Auf diese Weise [...] sei die private Freundschaft – jenseits des älteren Zwangs der heterosexuellen Geschlechterbeziehung – innerhalb des menschlichen Beziehungslebens fast zur wichtigsten Form gesellschaftlicher Partnerverhältnisse geworden.“⁵

In der „Befreiung des Individuums aus festgefügt und auferlegten Lebensweisen“⁶ überwinde die Gesellschaft, so Lemke:

„[mit] der Entwertung der Institution der Kleinfamilie [...] auch den Rest ‚ständischer‘, qua Geburt den Geschlechtern zwanghaft auferlegter, Lebensformen und Beziehungsmuster. Damit wird dem Einzelnen die Möglichkeit eröffnet, frei und selbst darüber zu bestimmen, wie das eigene Sozialleben aussehen soll.“⁷

Dabei seien es vor allem die Flexibilität und Wandelbarkeit der Freundschaftskonzepte, die dieser sozialen Beziehungsform gegenwärtig eine Renaissance ermöglichen; zwar nicht in ihrem Dasein (denn private freundschaftliche Beziehungen haben – wie gezeigt wurde – seit jeher Bestand), dafür in dem ihr zugeschriebenen Potenzial für das private Wohlergehen und dadurch als Faktor für die Stabilität der Gesellschaft an sich. Wobei diese Stabilität zusätzlich durch die Einübung demokratischer Grundfertigkeiten im Umgang mit den Freunden, durch das „Aushandeln, Klären und Koodinieren“⁸ unterstützt werde.

¹ Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Cantario: Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft, S. 16.

² Vgl. Dülmen, Richard van: Poesie des Lebens, S. 133f.

³ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 19.

⁴ Vgl. Hermand, Jost: Freundschaft. Zur Geschichte einer sozialen Bindung. Köln 2006, S. 2-7.

⁵ Ebd. S. 7.

⁶ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 9.

⁷ Ebd. S. 9.

⁸ Ebd. S. 3.

Freundschaft wird heute als demokratische Beziehungsform verstanden; und zwar von dem, was Lemke als „habituelle Grundlagen demokratische[r] Sittlichkeit“¹ bezeichnet, bis hin zur Entscheidungsfreiheit, mit wem man wie seine Zeit gerne verbringen möchte. Was hier für die Gegenwart formuliert wird, ist kein grundsätzlich neuer Ansatz. Schließlich waren Werte wie Freiheit, Individualität und Selbstbestimmung seit jeher eng mit Freundschaft verknüpft; mit ein Grund dafür, warum das Konzept von Freundschaft unter der Beteiligung von Frauen vergleichsweise spät auftaucht, wie im folgenden Abschnitt ausgeführt wird.

2.3. FrauenFreundschaft

Während Freundschaft unter Männern schon in der Antike philosophisch diskutiert wurde, wird FrauenFreundschaft erst mit den Brieffreundschaften und Frauenzirkeln in der deutschen Romantik evident. Das soll nicht heißen, dass Frauen erst seit damals freundschaftliche Verbindungen gepflegt hätten, aber diese Bekanntschaften wurden nicht als soziales Phänomen wissenschaftlich wahrgenommen. Die Fähigkeit, Freund-Sein zu können, wurde – zumindest in den wissenschaftlichen Aufsätzen – als dem Mann vorbehalten festgelegt. Bis dahin galt die Frau als nicht freundschaftsfähig. Der Frau wurde, zu diesem Ergebnis kommt Hyatte, einerseits fehlende Tugend vorgeworfen.² Der Zeitzeuge Montaigne kritisiert, dass

„in Wahrheit das geistige Vermögen der Frauen gewöhnlich den Anforderungen des engen Gedankenaustauschs und Umgangs nicht gewachsen ist, aus denen der heilige Bund der Freundschaft hervorgeht [...]“³.

Andererseits war die für Freundschaften geforderte „Gleichheit“ und „autonome Freiwilligkeit“ damals weder rechtlich noch gesellschaftlich für Frauen vorgesehen. Sie gehörten, so Meyer-Krentler, (genauso wie Kinder, Gesinde und Vieh)

„zu den Schutzbefohlenen des aufgeklärten Hausvaters, denen zu ihrem eigenen Besten [sic!] wesentliche Bürgerrechte vorenthalten werden. Bei Frauen etwa die Geschäftsfähigkeit, die Verwaltung des Heiratsguts, die Bestimmung des Wohnsitzes.“⁴

Frauen fehlten entscheidende Bürgerrechte, sie waren nicht autonom und deshalb nicht befähigt, ihr Leben, ihre Beziehungen und ihren Alltag selbst zu bestimmen. Nach Becker-Cantaino seien persönliche Verbindungen „nur innerhalb der jeweiligen Familie [...] und der engen Nachbarschaft erlaubt und ermöglicht“⁵ worden. Frauen hätten, so Meyer-Krentler weiter, durch die Beschränkung ihrer Beziehungen auf den privaten, häuslichen Bereich gar

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 3.

² Vgl. Hyatte, Reginald: The Arts of Friendship, S. 8f.

³ Montaigne, Michel de: Über die Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 88.

⁴ Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Cantaino: Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft, S. 20.

⁵ Becker-Cantaino, Barbara: Zur Theorie der literarischen Freundschaft im 18. Jahrhundert am Beispiel der Sophie La Roche. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Cantaino: Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft. Literarische Diskurse im 18. Jahrhundert. Tübingen 1991, S. 47-74, hier S. 72.

keine Möglichkeit zur Gruppenbildung vorgefunden. Die Freiwilligkeit und Selbstständigkeit, die einer Freundschaft zu Grunde lägen, war für Frauen lange Zeit nicht erreichbar. Abhängig und kontrolliert von Männern standen als soziale Verbindungen zur weiblichen Welt vor allem der weibliche Teil der Verwandtschaft bzw. eventuell noch Nachbarinnen zur Verfügung. Wenig Freizeit und eine straffe Pflicht an Arbeitstätigkeiten im eigenen Haushalt boten nicht die Voraussetzung für zeitaufwändige Freundschaftspflege.¹ Auch ihre Notwendigkeit war möglicherweise nicht gegeben, denn starre Regeln und eindeutige Vorschriften gaben Halt. So zweifelt Tenbruck daran, ob in diesem abgegrenzten weiblichen Lebensumfeld überhaupt „diejenige Vereinsamung und Gefährdung“² empfindbar gewesen sei, die ihm zufolge Grundlage für die Bildung von Freundschaft darstelle. Dass sich in vielen Bereichen die Handlungsfreiräume für Frauen erst spät herauszubilden begannen, mag ein wesentlicher Grund für das spätere Auftauchen des Konzeptes FrauenFreundschaft sein.³ Erst wo „in Einzelfällen die Emanzipation der Frau Programm wird, da findet man denn auch die Vertreterinnen in Formen der Freundschaft und geistigen Zirkeln“⁴.

Zu diesen Einzelfällen zählen bisweilen die Briefschreiberinnen der Romantik, wie etwa Karoline von Günderrode und Bettina Brentano oder Freundinnenkreise wie zum Beispiel jener rund um Sibylla Mertens-Schaaffhausen⁵. Nötzoldt-Linden sieht durch

„den Einfluß der alten Frauenbewegung Mitte des 19. Jahrhundert [...] das männliche Monopol [der Freundschaft] gebrochen, weil Frauen zumindest die Option erhielten, neue Lebenswege einzuschlagen. Neben Ehe und Familie traten Bildung, Beruf und Eigenständigkeit.“⁶

Obwohl diese ersten öffentlich sichtbaren Freundschaften unter Frauen nur Einzelfälle waren, beziehen sich dennoch viele heutige Vorstellungen von FrauenFreundschaften auf diese Zeit: Als erste Anhaltspunkte sollen an dieser Stelle Stichworte wie intensives Gefühlsleben, seelischer und praktischer Beistand im Alltag und in Lebenskrisen⁷ oder Schutz vor Vereinsamung – vor allem von (noch) unverheirateten Frauen –⁸ genügen.

¹ Vgl. Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Cantario: Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft. Literarische Diskurse im 18. Jahrhundert. Tübingen 1991, S. 1-22, hier S. 21.

² Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft, S. 240f.

³ Vgl. Ebd. S. 240f.

⁴ Ebd. S. 241.

⁵ Vgl. Wilking, Susanne: Sibylla Mertens-Schaaffhausen – ein Leben für die Kunst, Archäologie und Freundschaft. In: „Romantik, Reisen, Realitäten. Frauenleben am Rhein“. Ausstellungskatalog zur Ausstellung „Romantik, Reisen, Realitäten. Frauenleben am Rhein“, vom 1. September bis 31. Dezember 2002 im FrauenMuseum Bonn, S. 48-51, hier S. 51.

⁶ Nötzoldt-Linden, Ursula: Freundschaftsmuster. Studien zur Soziologie weiblicher Solidarität. In: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 105-120 hier S. 108.

⁷ Vgl. Wilking, Susanne: Sibylla Mertens-Schaaffhausen – ein Leben für die Kunst, Archäologie und Freundschaft. In: „Romantik, Reisen, Realitäten. Frauenleben am Rhein“, S. 51.

⁸ Vgl. Dülmen, Richard van: Poesie des Lebens, S. 134.

Die Möglichkeiten, Freundschaften zu leben, sieht Nötzoldt-Linden seit der Romantik „durch die Beteiligung von Frauen an fast allen gesellschaftlichen Bereichen“¹ für den weiblichen Teil der Bevölkerung gestiegen. Betrachtet man die gängige Motivwahl der Darstellung von Freundinnen, scheint Freundschaft unter Frauen in weiten Feldern sogar zur eigentlichen Nachfolgerin antiker Freundschaftsmythen geworden zu sein.² In jedem Fall erhält die Freundschaft unter der Beteiligung von Frauen einen eigenen Status – sowohl in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Freundschaftsthema als auch in der medialen Mythologisierung. Dabei scheinen sich die meisten Autorinnen und Autoren sowohl von wissenschaftlichen Studien als auch von Texten der Unterhaltungsliteratur einig, dass das Geschlecht über die Art der Freundschaft bestimme: FrauenFreundschaften werden somit entweder als Sonderfall einer allgemeinen Freundschaftsthematik angeführt oder als konträres Konzept zu MännerFreundschaft beschrieben.

Diese Differenzierungsstrategie wird wiederholt gebraucht, beispielsweise wenn es in einem Ratgeber zum Thema Freundinnen heißt: „Männer tun etwas zusammen, Frauen reden. Und: *Frauen tun etwas mit Männern, mit ihren Freundinnen sind sie ‚einfach füreinander da‘ – und sie reden.*“³ Oder wenn eine wissenschaftliche Untersuchung zu dem Ergebnis kommt: „Frauen konzentrieren sich in Freundschaften mehr aufeinander, Männer mehr miteinander auf ein Drittes“⁴. Konsequenzen daraus sind biologische Zuschreibungen an eine soziale Beziehungsform, in der realiter wahrscheinlich für jede ‚korrekte‘ Freundin – im Sinn der oben genannten Beispiele – eine FrauenFreundschaft nach ‚männlichem‘ Muster gegenüber zu stellen wäre.

Für die vorliegende Untersuchung sind diese dualen Konstruktionen weiblicher und männlicher Freundschaften bzw. die Sonderstellung von FrauenFreundschaft insofern von Bedeutung, als sie sich in einer medial vereinfachten Realitätskonstruktion vielfach wiederfinden lassen. Immerhin lebe, so Mahmutovic in Bezug auf Werbung, die Medienwelt davon, „dass sie die Wirklichkeit dramatisiert, verschönert, auf den Kopf stellt, vereinfacht oder extremisiert, sie zurechtbiegt oder anders träumt.“⁵ Ein Vorgang, der für Medien gebräuchlich sein mag, im wissenschaftlichen Kontext jedoch differenzierter zu betrachten ist, da – und darauf macht unter anderem Ayaß aufmerksam – durch „[...] diese A-priori-Fokussierung auf Geschlecht [...] weitere zentrale Kategorien – wie soziale Herkunft, Alter, ethnischer Hintergrund, Bildung oder Beruf – vernachlässigt“ werden.⁶

¹ Nötzoldt-Linden, Ursula: Freundschaftsmuster. Studien zur Soziologie weiblicher Solidarität. In: Querelles, S. 114.

² Diese Annahme liegt vor allem in der Motivwahl in der Darstellung von FrauenFreundschaften begründet, zum Beispiel durch die Betonung von Nähe und umfassender Einigkeit.

³ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz. Was Freundinnen einander bedeuten. Frankfurt am Main 1989, S. 30.

⁴ Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 9.

⁵ Mahmutovic, Almina: Das Rollenbild vom Mann und Frau in der Anzeigenwerbung. – Eine inhaltsanalytische Untersuchung anhand ausgewählter Werbeanzeigen der Zeitschriften Wienerin, Wiener, News und Stern. Diplomarbeit, Universität Wien. Wien 2005, S. 8.

⁶ Ayaß, Ruth: Gender Studies. In: Ayaß, Ruth und Jörg R. Bergmann. Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg 2006, S. 406-422, hier S. 417.

2.4. Freundschaft in der Freundin

Im Vergleich zu den anfangs vorgestellten historischen und kulturübergreifenden Konzepten ist der moderne Freundschaftsbegriff – ob in wissenschaftlichem, medialem oder Alltagssprachlichem Zusammenhang – um nichts eindeutiger geworden. Im Gegenteil: Egal, ob es sich dabei um das freundschaftliche Verhältnis zwischen Mutter und Tochter oder zwischen anderen Blutsverwandten handelt, egal, ob von Freundschaft am Arbeitsplatz oder Schulfreundschaften gesprochen wird, ob man an die Freundschaft zwischen Mensch und Tier denkt oder Freundschaft als wesentliche Komponente in einer Liebesbeziehung dargestellt wird, egal, ob darunter eine Beziehung zwischen zwei Frauen, zwei Männern, eine platonische Freundschaft oder das Verhältnis innerhalb einer Clique verstanden wird, durch ihren demokratischen Anspruch ist ‚Freundschaft‘ für nahezu jede – noch so nahe oder ferne – Beziehungsform anwendbar.¹

Eine Zeitschrift kann einem derartig komplexen Thema unmöglich in seinem ganzen Umfang gerecht werden. Vielmehr muss der Blick enger, einfacher werden. Nur das erlaubt die Konstruktion eines Mythos ‚FrauenFreundschaft‘, der nicht nur in der Vorstellung der Zielgruppe grundsätzlich funktioniert, sondern auch nach den Regeln der Publizistik darstellbar ist. Eindeutigkeit, Einfachheit, Klarheit, Unmissverständlichkeit. So lauten die Stichworte, gilt es doch, Inhalte schnell aufnehmbar zu präsentieren.² Dafür bietet das offene Themenfeld ‚Freundschaft‘ die Möglichkeit, nahezu jedes Thema zu einem freundschaftlichen werden zu lassen, jeder Darstellung durch einen Aspekt von Freundschaft die Aura des Besonderen zu verleihen. Ob diese positive Stimmung eher von behaglichem Spaß oder von einem rituellen Zusammengehörigkeitsgefühl getragen ist, ob von der Freude, nicht allein ins Kino gehen zu müssen, oder von dem Gefühl, für jemanden ernsthaft Verantwortung zu übernehmen; gleich, wie formlos oder innig die Vorstellungen einer idealen Freundschaft im Alltag gelebt werden, ein positives Gefühl schwingt mit. Ein Gefühl, das sich die Freundin zu Nutze macht – und zwar auf den unterschiedlichsten Ebenen.

Die beste Freundin

Als spezielle Beziehungsform innerhalb des breiten Feldes ‚Freundschaft‘ arbeitet die Freundin mit dem Mythos ‚Freundin‘ als konkrete Beziehungsform. Die (beste) Freundin, die jederzeit da ist, die engste und älteste Vertraute, die Seelenverwandte, in ihr sind historisch bekannte Ideen eines intensiven Zusammengehörigkeitsgefühls anzutreffen, die modernen

¹ Nach der Betrachtung der Texte und Quellen zum Thema Freundschaft scheint der Schluss zulässig, dass derzeit die persönliche Komponente der Sozialbeziehung im Mittelpunkt steht, während eine gesamtgesellschaftlich-rituelle Bedeutung nicht so stark betont wird. Zeitgenössische Ausnahmen wären die sozialdemokratische Verwendung einer ‚Freundschaftsidee‘, der Begriff des Networkings und die eher abwertende Bezeichnung ‚Freunderlwirtschaft‘.

² Vgl. Schreiben für die Zeitung – Arbeitsbögen. Zitiert nach: http://www.fr-online.de/_img/_cnt/_online/fr2_08_2_schreiben_ab.pdf?sid=a9b2d36802db66edbeb613fdfb347717, vom 2. März 2009.

Freundschaftsauffassungen unter dem Überdach des unverbindlichen Spaß-Habens entgegenstehen. In der (besten) Freundin finden sich die Vorstellungen einer Freundschaft als Verbindung mit Tradition, als Institution und Verfestigung wieder. Hier werden Bilder inniger Nähe, Gleichheit und unzertrennbarer Seelen aufgebaut, Vertrauen und ein positives Grundgefühl, verbunden mit einer langen Dauer des sich in- und auswendig Kennenlernens. In diesem Sinn wird äquivalent von der „liebsten Vertrauten“ (24/2005, S. 110¹) gesprochen, mit der man „im Doppelpack“ (24/2005, S. 112) auftrete, die eine „der wichtigsten Vertrauenspersonen“ (22/2005, S. 119) sei und als „liebste Seelenverwandte“ (22/2005, S. 119) gälte. Sie wird als die erste Ansprechperson bei Liebeskummer oder in der mühsamen Phase einer Trennung vorgestellt:

„Gefährliche Nummern aus allen Telefonen löschen, diese vor dem Ausgehen wegschließen und die Schlüssel der besten Freundin anvertrauen. Hilft garantiert!“ (14/2005, S. 85)

Ihr könne man blindlings vertrauen. Als engste Vertraute stärke sie das Selbstvertrauen, bei ihr brauchen wir keine Angst vor Zurückweisung haben: „Lassen Sie sich im Voraus für Ihren Plan bewundern (der besten Freundin davon erzählen motiviert enorm)“ (21/2005, S. 3). Die beste Freundin sei einzigartig, eben „Eine wie keine“ (11/2006, S. 251).

„Zusammen rumalbern, shoppen und auch mal weinen“ (8/2006, S. 155), so wird die Beziehung auf den kleinsten gemeinsamen Nenner gebracht. Wobei der besten Freundin häufig ein Mädchen-Image anhaftet: „Wieder richtig Mädchen sein. [...]“ (8/2006, S. 155) Oder an einer anderen Stelle:

„Teestunde. Machen Sie es wie vor 20 Jahren, als Sie mir Ihrer besten Freundin beim Früchtetee von den Jungs aus der Parallelklasse schwärmten. Treffen Sie sich vor Ihrer Teezeremonie im Plattenladen und kramen Sie nach den Songs Ihrer Jugend. [...]“ (24/2005, S. 110)

Die beste Freundin muss in der Freundin viele Rollen erfüllen. Sie ist Ratgeberin und Zuhörerin, sie ist die verlässlichste Kritikerin (sowohl in Lebens-, als auch in Kleidungsfragen), Entertainerin, Psychologin. Sie dient als Puffer bei unliebsamen Begegnungen mit Kollegen oder dem Verflorenen, verschafft neue Bekannte und Einladungen zu den lustigsten Partys. Sie ist eine ideale – weil unkomplizierte – Reisekumpanin, aufgeschlossen und unternehmungslustig. Sie gibt Schutz bei spektakulären Erlebnissen und fängt diejenige auf, die bei einem Abenteuer gestolpert ist. Sie versteht ihre Freundin besser als der Partner und spielt trotzdem wie selbstverständlich die zweite Geige. Sie merkt sich die Namen aller Ex-Freunde und weiß nach Jahren noch genau, ‚wie das damals war‘. Mit ihr kann man über die ersten grauen Haare lachen und nur sie erfährt nach dem One-Night-Stand von der Angst vor einer Schwangerschaft. Beste Freundinnen geben einander Sicherheit, Vertrauen und die Kraft, einmal etwas Neues auszuprobieren. *Eine* Freundin kann vielleicht manches davon. Aber sie bewältigt immer nur einen kleinen

¹ Die Zitate aus der Freundin sind im Text in Klammer folgendermaßen belegt: (Nummer/Jahr, Seite).

Ausschnitt dessen, was eine *beste* Freundin laut Zeitschrift schafft. Eine beste Freundin, wie sie auch die Freundin sein will.

Grundsätzlich ist die Präsentation des Mythos FrauenFreundschaft nicht einem einzelnen Medium zuzuschreiben. Im Gegenteil. Die Bilder der Kaffee trinkenden, kuschelnden, tratschenden und kichernden Freundinnen, die keine Geheimnisse voneinander haben, verfolgen uns in Fernsehserien ebenso wie in Liedtexten, Romanen, (populär-) wissenschaftlichen Untersuchungen und Ratgebern zum Thema. Wenn später umfassend beleuchtet wird, wie die Idee von FrauenFreundschaft in der Freundin charakterisiert ist, wie sie zur Verwendung kommt und wie dadurch Geschlechterrollen in einem „Doing Gender“ über die Anforderungen einer vereinfachten Lesbarkeit festgeschrieben und reproduziert werden, wird dieser Zitattradition durch ein systematisches Nebeneinander von unterschiedlichen Textgattungen Rechnung getragen. Die Freundin aber bleibt die Ausgangsbasis für die Beantwortung dieser Fragen. Ihre Einzigartigkeit liegt nicht an der Vermittlung einer ohnehin weit verbreiteten Thematik, sondern vielmehr an ihrer spezifischen Aufmachung, in der eine Zeitschrift selbst zur Freundin erklärt wird und dadurch nicht nur der Abbildung von Mythen dient, sondern ihr diese inhaltlich und stilistisch zu Nutze gemacht werden. Diese Aufmachung als Freundin, die Werkzeuge ihrer Vermittlungstätigkeit, werden im folgenden Kapitel vorgestellt.

FREUNDIN

1. EINFÜHRUNG
2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT
3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?
4. DIE BLATTLINIE – FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE
6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES
11. METHODE
12. VERZEICHNISSE

3. Was ist eine Frauenzeitschrift?

Eine Zeitschrift für Frauen? Eine Zeitschrift von Frauen? Eine Zeitschrift über Frauen? Oder gar eine Zeitschrift ohne Frauen? Studien rund um so genannte FrauenZeitschriften blicken tendenziell mit einem gewissen schiefen Blick auf das Medium. Es wird kategorisiert und definiert, verallgemeinert und eingegrenzt. Es ist von der Zielgruppe ‚Frau‘ die Rede und von ‚frauenspezifischen Inhalten‘. So legt beispielsweise die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. für ihre Erhebungen fest,

„[...] alle diejenigen Titel der Gruppe Frauenzeitschriften zuzuordnen, deren Leserschaften einen überproportionalen Frauenanteil haben und deren redaktionelles Angebot sich an die weibliche Bevölkerung richtet.“¹

Der Begriff des „überproportionalen“ Frauenanteils wird mit 60 Prozent oder mehr der Leser pro Ausgabe (LpA) definiert.²

In der Kategorisierung von FrauenZeitschriften hat sich eine Praxis des Zitierens verbreitet, deren Basis auf einen Aufsatz von Monika Lindgens aus den 1980er Jahren zurückgeht. Die dort enthaltene Definition bezieht neben der Frage nach der Leserschaft und der Ausrichtung des redaktionellen Inhalts den Verweis auf die Eigendefinition der Zeitschriften mit ein.³ Über mögliche inhaltliche oder funktionale Gemeinsamkeiten von FrauenZeitschriften ist damit noch wenig gesagt. Es wird zwar sowohl in der wissenschaftlichen Literatur als auch in den Eigendefinitionen der Verlage zumeist davon gesprochen, dass der redaktionelle Teil von FrauenZeitschriften vorwiegend ‚frauenspezifische‘ Themen enthalte⁴, was diese Zuschreibung allerdings genau definiert, bleibt weitgehend unscharf. Die Lektüre unterschiedlicher Studien schlägt eine Lesart vor, bei der mit den „spezifisch weiblichen Interessen“⁵ offenbar das gemeint ist, was Schmerl als Ergebnis einer Untersuchung von 1978 über den Inhalt von FrauenZeitschriften bemerkt, nämlich: „Alle Themen, über die sich Frauen auch mit Männern unterhalten können, fehlen völlig.“⁶

Bereits in den 1960er Jahren wurde darauf hingewiesen, „[...] dass das Merkmal ‚Frau‘ allein in Zukunft immer weniger ausreiche, um eine Zielgruppe zu definieren.“⁷ Emanzipationsbewegungen und das sich verändernde Selbstverständnis der weiblichen Bevölkerung würden es erfordern, die Leserin nicht als Frau, sondern über bestimmte

¹ Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven 5/1982, S. 336-348, hier S. 337.

² Vgl. Ebd. S. 337.

³ Vgl. Ebd. S. 337.

⁴ Vgl. u. a. Ebd. S. 336-348.

⁵ Röser, Jutta: Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel. Opladen 1992, S. 22.

⁶ Schmerl, Christiane: Das Frauen- und Mädchenbild in den Medien (= Alltag und Biografie von Mädchen, Bd. 5). Opladen 1984, S. 61.

⁷ Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, S. 344.

Interessen anzusprechen.¹ Trotzdem wird knapp fünfzig Jahre später immer noch vom Marktsegment der FrauenZeitschriften gesprochen, während vorwiegend von Männern gelesene Publikationen aus den Themenbereichen Heimwerken, Sport oder Technik nicht als MännerZeitschriften zusammengefasst, sondern den ‚Special-Interest‘-Zeitschriften zugeordnet werden.²

Dass die Verlage mit derartigen heiklen Zuschreibungen arbeiten müssen, ist erklärlich. Zeitschriften „[...] unterliegen als Ware dem Zwang zum Profit“³, im Hinblick auf ökonomische Interessen und Zielgruppendefinitionen sind *die* Frauen, versehen mit einer Altersangabe, gegenüber der Werbewirtschaft offenbar ausreichend charakterisierbar. Es geht um die Vermarktung eines Produktes, ein Vorgang, der sich nicht durch Komplexität, sondern nur durch anschauliche Positionierungen erreichen lässt. Dass auf der anderen Seite die Bezeichnung ‚Frauenzeitschrift‘ im Alltagsdiskurs geläufig geworden und somit zu einer Art Alltagsdefinition geworden ist, soll hier ebenfalls nicht in Frage gestellt werden. Vielmehr wird dafür plädiert, im Wissenschaftsdiskurs mit einem derartigen „Doing Gender“ umsichtiger umzugehen – ehe beispielsweise in zahlreichen Forschungsdesigns in einer Jahrzehnte alten Zitierpraxis immer wieder von *den* ‚Frauenzeitschriften‘ zu lesen ist.⁴

Die konzeptionelle Ähnlichkeit von so genannten ‚Frauenzeitschriften‘ soll an dieser Stelle gar nicht diskutiert werden, sie ist unbestritten.⁵ Tatsächlich ist ihr „Erfolgsrezept [...] die Wiederkehr des Ewiggleichen“⁶. Dieser Mechanismus, gepaart mit den strategischen Charakteristiken einer Unterhaltungs- bzw. Ratgeberfunktion, scheint für die kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Medium jedoch viel wesentlicher als eine Definition der Zielgruppe nach den ökonomischen Regeln der Werbewirtschaft. Statt also das beharrliche Bild der „frauenspezifischen Inhalte“ neuerlich festzuschreiben, sollen in der vorliegenden Arbeit vielmehr die funktionalen Eigenheiten dieser speziellen Mediengattung im Auge behalten werden, vor allem auch unter dem Gesichtspunkt, dass der Inhalt, den die Zeitschrift zur Verfügung stellt, die Rezeptionsmöglichkeiten beeinflusst. Um auch formal die Selbstverständlichkeit in der Verwendung des Begriffs ‚Frauenzeitschrift‘ und der damit verbundenen permanenten Wiederholung einer Generalisierung der Zielgruppe Frau in Frage zu stellen, wird der Kunstbegriff ‚FrauenZeitschrift‘ eingeführt.

¹ Vgl. Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, S. 344.

² Vgl. Klaus, Elisabeth und Jutta Röser: Zur Geschlechtsstruktur des Fernsehens. In: Hömberg, Walter und Heinz Pürer (Hg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz 1996, S. 278-302.

³ Röser, Jutta: Frauenzeitschriften, S. 14.

⁴ Dabei verweist unter anderem der Umgang mit Begriffen in Qualifikationsarbeiten auf die gängige Lehrmeinung. Vgl. u. a. Blumesberger, Susanne: Die Darstellung der Familie in den Frauenzeitschriften. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Petra, Wienerin, Freundin und Brigitte in den Jahren 1970-1990. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 1994; Lawrenz, Birgit: Frauenzeitschriften und deren Leserinnen. Diplomarbeit Fernuniversität Hagen. Leipzig 2004.

⁵ Vgl. u. a. Schmerl, Christiane: Das Frauen- und Mädchenbild, S. 58.

⁶ Rübke, Thomas: „Die Magie der Schlank-Suppen“. In: Süddeutsche Zeitung Magazin. Das Frauenheft, 18.4.2008, Nr. 16, S. 28.

3.1. Die Freundin

Ein konservatives Medium...

Als erste Vorläufer der heutigen Frauenzeitschriften gelten die Moralischen Wochenschriften des 18. Jahrhunderts.¹ Diese meist wöchentlich erscheinenden Schriften befassten sich mit Themen aus dem häuslichen und bürgerlichen Lebensbereich, Inhalte waren „moralische Erbauungen“² und „Abhandlungen über die Tugend“³ mit dem Ziel, ihre Leser „sittlich zu erziehen“⁴. Direkt an Frauen wandten sich die Herausgeber der Zeitschriften ab der Aufklärung.⁵ Beispielhaft sind vor allem die „Vernünftigen Tadeln“ unter dem Herausgeber Johann Christoph Gottsched zu nennen.⁶

„In einer Mischung aus Unterhaltung und Unterrichtung offerierten die Moralischen Wochenschriften einen ganzen Kanon praktischer Ratschläge – vom richtigen Gebrauch ökonomischer Güter bis zum vernünftigen Umgang der Ehegatten untereinander.“⁷

Die Ähnlichkeit der Programmatik zwischen den Moralischen Wochenschriften und der ‚modernen‘ Zeitschrift ist eklatant. Als konservatives Medium setzt die Freundin auf Übersichtlichkeit und folgt einem logischen Aufbau, der mit dem Inhaltsverzeichnis bzw. der Begrüßung durch das *editorial*⁸ beginnt und mit der Vorschau auf das nächste Heft endet. Dazwischen sorgen fixe Rubriken für eine verlässliche Orientierung, die regelmäßige Leserinnen gewohnt sind. Man findet sich zurecht.⁹ Die drei großen Bereiche *trend*, *mode* und *beauty* machen zusammen in etwa ein Drittel bzw. die Hälfte einer Ausgabe aus. Sie befinden sich während des Untersuchungszeitraums – mit zwei Ausnahmen¹⁰ – in der genannten Reihenfolge jeweils zu Beginn des Heftes. Des Weiteren werden die Ressorts Kultur, Kochen und Reise bedient. Unter dem Motto *lifestyle* sind die Bereiche Wohnen und Kreativ zusammengefasst. *leichter leben* verspricht „überraschende Tests, Tipps und Tricks für einen entspannten Alltag“ (21/2005, S. 7) und im *journal* befasst man sich mit den Themenfeldern:

¹ Vgl. Schlaffer, Hannelore: Fasten, joggen, selber nähen. Für die Frauenzeitschrift „Brigitte“ bedeutete Modeberatung immer auch Charakterbildung. Eine deutsche Institution wird 50. In: Die Zeit 20/2004. Zitiert nach: <http://www.zeit.de/2004/20/Brigitte>, vom 20. Februar 2008, hier S. 2.

² Blumesberger, Susanne: Die Darstellung der Familie, S. 18.

³ Ebd. S. 18.

⁴ Ebd. S. 18.

⁵ Vgl. Ebd. S. 18.

⁶ Vgl. u. a. Niefanger, Susanne: Schreibstrategien in Moralischen Wochenschriften. Formalistische, pragmatische und rhetorische Untersuchungen am Beispiel von Gottscheds „Vernünftigen Tadeln“. Tübingen 1997, S. 3-13.

⁷ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt 1995, S. 8.

⁸ Die Ressorts werden – wie auch in der Freundin selbst – klein geschrieben. Der besseren Lesbarkeit halber sind sie kursiv gesetzt.

⁹ Auch wenn die Rubriken im Großen und Ganzen immer an derselben Stelle auftreten, so gibt es einerseits immer wieder Veränderungen durch Einschübe oder Auslassungen und andererseits ist der Umfang jedes Heftes unterschiedlich. Die Seitenzahlen, also wo eine Rubrik genau zu finden ist, sind variabel, das Inhaltsverzeichnis hilft bei der Orientierung.

¹⁰ Ausnahmen bilden die Ausgaben 10/2006 (hochzeits-extra) und 12/2005 (diät-spezial). Hier wird zwischen Mode und Beauty ein Extra eingeschoben, das sich jedoch im Detail wiederum als Kombination dieser beiden Bereiche herausstellt.

Medizin, Job, Leben & Lieben. Durch Preisrätsel, Kleinanzeigen und ein Horoskop wird der Inhalt abgerundet.

Dieses redaktionelle Angebot, das sich nach wie vor stark an historisch Erprobtem orientiert, führt dazu, dass die freundin in den gebräuchlichen Definitionen den „klassischen Frauenzeitschriften“ bzw. innerhalb dieser Kategorie dem beratenden Sektor zugeordnet wird:

„Innerhalb des Haupttyps der klassischen Frauenzeitschriften liegt bei den beratenden Frauenzeitschriften wie Brigitte, Charme, freundin, Für Sie und petra der Schwerpunkt des redaktionellen Angebotes bei praktischer Beratung und Information zu traditionell weiblichen [sic!] Themenbereichen (70 bis 80 % des Textteils): Mode zum Kaufen, Mode zum Selbermachen, Kosmetik und Frisuren, Ernährung/Haushalt, Gesundheit/Medizin etc., teilweise verbunden mit allgemeiner Unterhaltung.“¹

...in modernen Zeiten

Als verlässliche Begleiterin durchs Jahr schafft die Zeitschrift Übersichtlichkeit, sucht einen unproblematischen, sicheren Zugang. Dennoch muss die freundin – schon allein gegenüber ihren Werbekunden – den Status eines zeitgemäßen Mediums beanspruchen. In dieser Dualität positioniert sie sich als konservatives Medium in modernen Zeiten. Sie wird laut Eigendefinition des Verlages geschrieben für:

„Frauen, die modern, aufgeschlossen, trendbewusst und weltoffen sind – und trotzdem eine Vorliebe für klassische Werte und Tugenden wie Ehrlichkeit, Treue, Loyalität, Freundschaft, Familie, Respekt, Geradlinigkeit und Mut haben.“²

Um den spannungsgeladenen Aufbau der freundin an dieser Bruchlinie zwischen Tradition und Innovation, zwischen Emanzipation und einem „Doing Gender“ durch die wiederholte Verfestigung althergebrachter Geschlechterkonstruktionen verstehen zu können, gilt es, sich mit der modernen Frau und ihrer gesellschaftlichen Situation auseinanderzusetzen. Einen hilfreichen Anhaltspunkt bietet dafür die Studie „Singlefrau und Märchenprinz“³ von Jean-Claude Kaufmann. Entstanden ist das Buch aus einem Aufruf der Zeitschrift Marie Claire. In der dortigen Redaktion trafen nach einem Artikel über eine alleinstehende Frau 300 Briefe von Leserinnen ein. Der Soziologe wurde gebeten, diese Briefe zu analysieren. 154 Briefe, verfasst von Single-Frauen, wurden in den Untersuchungskorpus aufgenommen. Aus diesem Material extrahierte Kaufmann die am häufigsten erwähnten Themen. Es handelt sich dabei um problematische Orte, um die Argumentationen des eigenen Lebens, um soziale Einbettungen. Kaufmann zeichnet anhand seiner Ergebnisse einen Gegenentwurf zum traditionellen Rollenbild der Frau. Durch seine spezifische Zugangsweise wird jedoch aus

¹ Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, S. 338.

² Vgl. <http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 21. Februar 2008.

³ Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz. Über die Einsamkeit moderner Frauen (= édition discours. Klassische und zeitgenössische Texte der französischen Humanwissenschaften, Bd. 26). Konstanz 2002.

dem einen Stereotyp nicht das andere, sondern ein subtiles Modell einer Frau im Zwiespalt zwischen dem eigenen (eigentlich glücklichen) Leben und den belastenden Erwartungen der Gesellschaft. Daraus entstehe – so Kaufmann – für diese Frauen ein Mechanismus, durch den sie sich selbst zu Überfrauen stilisieren müssten.

Den einzigen Gegenpol zu dieser Erwartungshaltung bilden dabei Freundinnen, sozusagen als sozialer Anker. Ihre Aufgabe wäre es, den normativen Druck, unter dem die Single-Frauen stehen bzw. sich stehen sehen, zu mindern. Das geschieht vor allem durch verständnisvolle Gespräche, aber auch durch das Beistehen in bestimmten Situationen bzw. die Begleitung an *problematische* Orte – wie das Kaffeehaus oder das Restaurant, oder den Park im Frühling. Plätze also, wo man typischerweise auf Paare trifft, das Gefühl ein *falsches* Leben zu führen, also besonders deutlich sei.¹ Psychisch und physisch dienen die Freundinnen der (gegenseitigen) Stütze – indem eine Schulter zum Anlehnen geboten wird, indem Bestätigung und aufbauende Worte ausgesprochen werden. Dadurch übernehmen die Freundinnen für die Single-Frau eine wesentliche soziale Position im Alltag, vergleichbar einem ‚echten‘ Partner. Schlussendlich bleibt der Druck, wenn die gesellschaftliche (und familiäre) Erwartung durch eine Partnerschaft mit einem Mann nicht eingelöst werden kann. Das, was für junge Mädchen festgeschrieben wird, dass die Freundschaft nur dem Überbrücken der Zeit dient, bis ‚der Richtige‘, eben der Märchenprinz auftauche, lässt sich anhand der Studie von Kaufmann für erwachsene Frauen thematisieren.

Dass in der Freundin ähnliche Bilder heraufbeschworen werden, kann als Spiegelbild ihrer diffizilen Situation gelesen werden. Sie dient als Brücke zwischen dem modernen Anspruch ‚emanzipierter‘ Frauen und den ebenso verankerten konservativen Ideen ‚traditioneller‘ Frauenbilder. Die unterschiedlichen Lebenskonzepte der inhomogenen Zielgruppe Frau, die zum Teil ebenfalls in dieser Divergenz lebt, bedingen diesen Spagat. Als traditionelle Zeitschrift erwirkt die Freundin einerseits über ein „Doing Gender“ Rollenverständnisse, die dem „erhobenen Zeigefinger“² bei Kaufmann entsprechen, bietet andererseits Identifikationsmaterial mit dem anderen, dem ‚modernen‘ Lebensstil. In ihren Themenschwerpunkten, der Mode, der Kosmetik, Ernährung, den psychologischen Beratungen rund um Beziehung, Familie und Liebe, etc. festigt sie ein klassisches Frauenbild. Das manifestiert sich zusätzlich besonders deutlich in der Zusammenstellung der Anzeigenkunden. Innerhalb der Texte, aber auch in der Positionierung der Zeitschrift als Freundin, wird versucht, diesem Grundton einen modernen Anstrich zu geben. Dabei sind es vor allem jene Orte und Zeiten, die Kaufmann als problematisch für Single-Frauen charakterisiert, die in der Freundin als freundschaftliche Zonen thematisiert werden.³

¹ Vgl. Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz, S. 48-51.

² Ebd. S. 48.

³ Siehe auch: Kapitel *Blattlinie – Freundin im Jahreslauf*, S. 76f.



Abb. 1

3.2. Wie präsentiert sich die Freundin?

Nachdem die Position der Freundin als konservatives Medium in modernen Zeiten mit ihrer heterogenen Zielgruppe vorgestellt wurde, wird im folgenden Abschnitt der äußere Rahmen des freundschaftlichen Diskurses erschlossen. Dabei geht es um grundsätzliche Gestaltungselemente und um die Problematik einer Neugestaltung, wie sie sich speziell für ein konservatives Medium offenbart, und es wird gezeigt, wie der Aufbau der Zeitschrift einem saisonalen Ablauf folgt.



Abb. 2.

Das Layout - Wiederkehrende Gestaltungselemente

Beginnt ein neues Ressort, steht oben an der jeweiligen äußeren Ecke farbig die Bezeichnung, ebenso im Inhaltsverzeichnis. Bei einer redaktionell gestalteten Seite befindet sich im unteren, ebenfalls äußeren Eck die Seitenzahl und davor fettgedruckt das Emblem *freundin*. Als Schriftfarbe wird hauptsächlich schwarz verwendet, steht ein Text auf farbigem Hintergrund, teilweise weiß. Besondere Hervorhebungen (Überschriften, Heraushebungen, Ressortbezeichnungen, etc.) werden bunt gedruckt, wobei diverse Farben augenscheinlich zufällig verwendet werden. In der Layoutierung der Zeitschrift können mehrere Typen des Seitenaufbaus nach ihrem Text-Fotoverhältnis unterschieden werden:



Abb. 3

Die Fotoseite (Abb. 1) zeichnet sich durch ihre Konzentration aufs Bild aus. Leere Ränder, wie Passepartouts, können vorhanden sein. Diese Gestaltung dominiert die Fotostrecken (mehrere Fotoseiten folgen aufeinander) in der Rubrik Mode und ist beispielsweise als ganzseitiges Porträt der Interviewten in Verwendung. Sind Textteile vorhanden, so dienen sie der direkten und kurzen Beschreibung der Abbildung: Name und Berufsbezeichnung eines Prominenten oder Herstellernachweise und Preise im Modesektor. Darsteller, Hintergrund und Fotografen ändern sich, die Aufmachung bleibt gleich.



Abb. 4

Die Katalogseite (Abb. 2) konzentriert sich ebenfalls auf die bildliche Darstellung, enthält jedoch etwas mehr Text und erinnert an das Layout eines Mode- bzw. Wohnkatalogs. Im Unterschied zur Fotoseite besteht sie nicht aus einem einzigen Foto, sondern einer seriellen (beispielsweise unterschiedliche Gürtelschnallen, Abb. 3)

bzw. farblich gruppierten (zum Beispiel die Farbe orange als Wohntrend, Abb. 4) Zusammenstellung unterschiedlicher Abbildungen. Der Text erinnert an die Objektbeschriftung in einer Ausstellung: Benennung des Dargestellten, Materialangabe, Bezugs- bzw. Herstelleradresse, Verkaufspreis. Eine fett gedruckte Überschrift (ein bis drei Wörter) und ein zwei- bis vierzeiliger Untertitel vervollständigen die Seite.

Die Illustrationsseite (Abb. 5) enthält bereits etwas ausführlichere, erläuternde Texte. Auf eine gemeinsame Überschrift wird verzichtet, dafür ist jeder Absatz extra überschrieben. Das Bildmaterial ist in unterschiedlich großen Anteilen dominant über die Seite verteilt. Vorwiegend zeigen die Fotos „schöne“ Menschen bei Veranstaltungen, auf denen die Freundin in Vertretung ihrer Leserin zu Gast war. Reiseberichte sind ähnlich illustriert.

Die Portionsseite (Abb. 6) besteht zu einem Großteil aus Text, der nicht als durchgängiges Element eingesetzt, sondern als Collage sozusagen „portionsweise“ – daher die Bezeichnung – serviert wird. Ein großes Bild steht oben auf der Seite, daneben ein mehrzeiliger Einführungstext, die Bildunterschrift dient zugleich als Seitenüberschrift. Durch die Verwendung unterschiedlicher Textlayouts (sowohl farblich als auch im Schriftbild) entsteht pro Absatz der Eindruck einer eigenen, kleinen Geschichte. Alle Elemente beziehen sich auf das gemeinsame – durch die Überschrift und das Bild vorgegebene – Thema, behandeln allerdings jeweils unterschiedliche Teilaspekte.

Die Textseite (Abb. 7) ist als fünfte Variante zugleich jene mit dem umfangreichsten (zusammenhängenden) Text. Als Aufmacher dient ein großes Bild im linken oberen Eck bzw. im oberen Seitendrittel, darunter die Überschrift mit Untertitel und ein (unterschiedlich) ausführlicher Text. Zur Unterbrechung des Fließtextes werden sowohl Zwischentitel als auch fett gedruckte Fragen im Interviewstil verwendet.



Abb. 5



Abb. 6

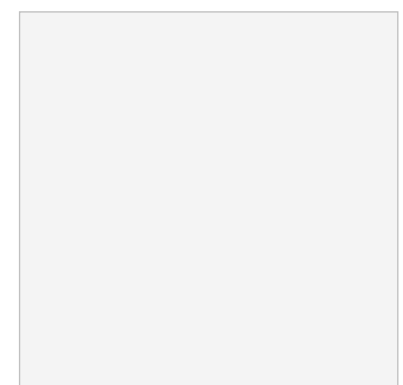


Abb. 7

Die Kontur im Wandel - Relaunch

Wichtiges Kennzeichen der Freundin ist ihre Verlässlichkeit. Pünktlich liegt sie im Zeitschriftenhandel auf bzw. landet sie bei den Abonentinnen im Briefkasten. Der Inhalt ist kalkulierbar – jedes Mal ähnlich, inhaltlich saisonal abgestimmt, die werbewirksamen Rubriken Mode, Kosmetik, Reisen, Job und Kochen werden regelmäßig abgedeckt. Dazwischen warten Tipps und Tricks zur Bewältigung des Alltags. Gefahrlose Unterhaltung also mit einem Hauch von gespannter Vorfreude, denn auf welche Themen man warten darf, war bereits im vorherigen Heft angekündigt worden. Die Leserin hat sich an die Zeitschrift gewöhnt, sie weiß, was sie erwarten kann.¹

„Dieser einheitliche Charakter über einen längeren Zeitraum sichert der Zeitschrift ihr Image, fördert den Wiedererkennungswert und festigt die Bindung zu den Lesern. Das ist umso wichtiger, wenn man bedenkt, daß eine Zeitung oder Zeitschrift mit jeder Ausgabe neu geschaffen wird, der Leser aber aus Gewohnheitsgründen eine gewisse Kontinuität erwartet.“²

Neugestaltungen sind in diesem Zusammenhang eine gefährliche Sache, dennoch, so Schattenmann, unbedingt notwendig:

„Durch die sich ständig verändernden Umweltbedingungen, neue Konkurrenten oder sich wandelnde Leserinteressen sind Printmedien ständigen Verbesserungen bzw. Veränderungen im Sinne einer Anpassung an die neuen Trends unterworfen.“³

Funktioniert eine solche Erneuerung, kann sie neue (jüngere) Leserschichten und damit werbestrategisch wichtige Konsumentinnen gewinnen. Andererseits kann sie relativ schnell zu einer Verärgerung bzw. Enttäuschung der gewohnheitsliebenden Stammleserschaft führen. Als reaktives Medium darf die Freundin die treue Freundschaft der Leserinnen nicht aufs Spiel setzen.

„Ein inhaltlicher Relaunch, also eine tiefgreifende Strukturveränderung, setzt die Bedingung voraus, Einstellungen ändern und mit Traditionen brechen zu wollen, ohne die Leser bzw. die Abonnenten abzuschrecken.“⁴

Innerhalb des ausgewählten Untersuchungsjahres wird dieser Mechanismus der sanften Ent- und Gewöhnung sichtbar. Ein Wechsel der Chefredaktion bringt eine beachtenswerte Veränderung – sowohl gestalterisch als auch inhaltlich – mit sich. Im vorliegenden Jahresvolumen sind acht Ausgaben unter der ‚alten‘ Chefredaktion beinhaltet. Der Relaunch beginnt offensichtlich mit Heft 18/2005, in dem zum ersten Mal das *editorial* fehlt. Mit Nummer 20/2005 wird der Wandel offiziell vorgestellt. Bis zum Heft 22/2005 gibt es stetig –

¹ Die Leserin entscheidet sich für das Produkt Freundin, weil es sie in einer bestimmten Form mehr anspricht, als andere Medienangebote. Umgekehrt weiß aber auch die Marktforschung der Freundin in etwa, wer ihre potenziellen Leserinnen sind und was diese von der Zeitschrift erwarten.

² Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel. Die Neupositionierung des Nachrichtenmagazins *profil* innerhalb der österreichischen Medienlandschaft. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2000, S. 57.

³ Ebd. S. 66.

⁴ Ebd. S. 81.

mehr oder weniger vorsichtige – Erneuerungen. Es braucht mehrere Ausgaben, bis behutsam aus der alten die neue Freundin schlüpft.

Was fällt weg, was kommt dazu?

Durch die Neugestaltung müssen alte Rubriken Platz für Neues schaffen. Bis Ausgabe 16/2005 ist eine mehrseitige Kurzgeschichte abgedruckt. Ihr Wegfallen schafft Platz für die kommenden Veränderungen. Ab August (18/2005) wird das Servicemagazin *journal* umgestaltet, dabei müssen die Leserbriefe weichen. *Kontakte nonstop* – die Kleinanzeigen zur Suche einer neuen Freundin sind zum letzten Mal im Septemberheft (21/2005) auffindbar. Das Horoskop wächst von einer auf zwei Seiten an. Kochbegeisterte Leserinnen werden von ihrer neuen Freundin mit mehr Rezepten verwöhnt (ab 21/2005 erstmals zu mehreren Themen pro Ausgabe), als Extra werden Sammelkarten eingeheftet.¹

Offensichtlich wird der Wandel der Zeitschrift unter anderem durch Umbenennung einzelner Ressorts. Aus dem *trendguide* wird mit 20/2005 *trend* mit einer Unterteilung in die Bereiche Show, Fashion und Beauty. Das *journal* wird aufgeteilt in die Unterthemen: Medizin, Job und Leben & Lieben. Aus *wissen, was läuft* wird *kultur*. Die Bereiche *wohnen* und *kreativ* werden später unter *lifestyle* zusammengefasst. Neu ist der Haushaltsratgeber *leichter leben* mit Warenvergleichen, Testprodukten und Verhaltenstipps. Mit der Einführung der neuen Serien *Freundin tut es!* und *unter Freundinnen* wird die Erneuerung zumindest im Untersuchungszeitraum abgeschlossen. Diese Serien markieren zudem den Beginn einer inhaltlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf das Motiv Freundschaft.

Warum sanfter Relaunch? Eine derartige Neugestaltung kann entweder aufwändig angekündigt werden oder möglichst vorsichtig vonstatten gehen. Beide Zugangsweisen haben bezüglich Gewöhnung und Entwöhnung der Zielgruppe bzw. Neugierde neuer Leserschaften ihre Vor- und Nachteile. In der Freundin hat man sich für den zweiten Weg entschieden. Die Auflistung zeigt, dass es sich nicht um eine fundamentale Verwandlung handelt. Die Schwerpunktressorts bleiben grundsätzlich erhalten, ihr Platz im Heft ändert sich nicht wesentlich. Vielmehr sind es kleine – eher unauffällige – Modifikationen, die doch in ihrer Gesamtheit das Bild der Zeitschrift spürbar wandeln. Das Layout wird bunter, weniger Text und mehr Illustrationen kennzeichnen den Umbau. Nimmt man eine der früheren und eine der späteren Ausgaben rund um die Wende in die Hand, so scheinen Jahre dazwischen zu liegen. Nichts desto trotz ist in der ersten methodischen Durchsicht der Hefte eben diese Veränderung kaum aufgefallen. Selbst das Fehlen des *editorials* stach im ersten Analyseschritt nicht hervor. Erst die Begrüßung in der ‚neuen‘ Freundin macht auf die Veränderungen aufmerksam. Die Leserinnen werden hier auf die Verwandlung eingeschworen, zu einem Zeitpunkt, an dem ein Teil der Neuerungen noch bevorsteht.

¹ Die Rezeptkarten fehlen ab Heft 6/2006 und werden im Untersuchungszeitraum auch nicht mehr ersetzt.

Ein sanfter Relaunch geschieht allmählich. In der – gewöhnlich chronologischen – Rezeption der Zeitschrift werden die kleinen Änderungen wohl nur dann wahrgenommen, wenn es sich um ein geliebtes (und von daher auch gesuchtes) Element handelt. Andere Abweichungen dürften kaum auffallen.

3.3. Was bietet die Freundin ihren Leserinnen?

Im folgenden Abschnitt werden die funktionalen Eigenheiten der Freundin, als Charakteristikum ihrer Positionierung, vorgestellt. Neben der Unterhaltungs- und Ratgeberfunktion ist es die spezielle Art der ‚freundlichen‘ (Text-)Gestaltung, die aus einer Zeitschrift eine Freundin zum Lesen werden lässt.

Unterhaltung

Wenn an dieser Stelle von ‚Unterhaltung‘ die Rede ist, so ist dieser Begriff nicht (negativ) wertend zu verstehen, sondern meint mit Hans-Otto Hügel eine „spezifische, eine angenehme Art der Kommunikation“¹. In der Unterscheidung zu ‚ernster‘ Kunst bietet Unterhaltung die Möglichkeit der „Teilhabe“² an einer kulturellen Situation. Die Freundin muss nicht von Anfang bis Ende gleich einem Literaturklassiker durchgelesen und verstanden werden. Nein, die Leserinnen dürfen an der Lektüre *teilhaben*. Es dürfen einzelne Abschnitte gelesen, einzelne Texte herausgegriffen, es darf geschmökert werden. Erlaubt ist (fast) jedes Maß an Konzentration und Interesse.³

„Er [der Rezipient] braucht sich nicht zu konzentrieren, es ist ihm überlassen, diesen oder jenen Aspekt der Darbietung herauszugreifen, ohne daß er Einreden der Kritik („Du hast das Stück gar nicht richtig verstanden!“) noch des Kunstwerks („Bemerkst du nicht, daß in mir viel mehr steckt?“) befürchten muss.“⁴

Das sagt nicht über die Gefühlslage der Rezipientinnen aus, denn diese zwanglose Lektüre kann unterhaltsam sein, kann ebenso aufregen oder verärgern und dennoch Unterhaltung sein. Genauso wenig ist die Haltung der Leserinnen vorgegeben. Sie kann, so Hügel, „zwischen umfassender Konzentration und völliger Teilnahmslosigkeit“⁵ liegen. In diesem Sinn will „Unterhaltung [...] (fast) ernstgenommen und (fast) bedeutungslos zugleich sein.“⁶ Entscheidend für die Definition ist nur, dass das unterhaltende Medium die Rezipientinnen nicht dem Druck aussetzt, „auf das Erlebte sofort psychisch, seelisch oder handelnd reagieren zu müssen.“⁷

¹ Hügel, Hans-Otto: Unterhaltung. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 73-82, hier S. 74.

² Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, 1 (1993), S. 119-141, hier S. 126.

³ Vgl. Ebd. S. 130.

⁴ Ebd. S. 129.

⁵ Ebd. S. 131.

⁶ Ebd. S. 128.

⁷ Ebd. S. 131.

Ein weiterer Hinweis auf die Zuordnung der Freundin als Unterhaltungsmedium liegt in ihrem grundsätzlichen Aufbau. Die Möglichkeit des Schmökerns setzt eine Leichtigkeit voraus, die durch die Wiederholung bekannter Elemente mitgestaltet wird. Als zuverlässige Begleiterin bietet die Freundin im 2-Wochentakt wiederkehrende Rubriken. Diese übergeordnete Gliederung sorgt gemeinsam mit einer gleich bleibenden Gestaltung für einen äußeren Rahmen, der die inhaltliche Bandbreite kontinuierlich zusammenhält.¹

Die Freundin wird nicht als Unikat wahrgenommen, sondern in der Wiederholung bestimmter inhaltlicher und gestalterischer Elemente als „Genre-Erzeugnis“², typisches Kennzeichen der Unterhaltung, wie Hügel erklärt:

„Unterhaltung neigt zum Seriellen, weil dadurch Aufmerksamkeit aufgebaut wie im gleichen Moment abgebaut werden kann. Indem wir beim Rezipieren die einzelne Folge immer auch als Variation des Genres begreifen, entlasten wir uns von allzu großer Aufmerksamkeit und bleiben doch engagiert.“³

Als Serie – definiert durch sich wiederholende Elemente in der Gestaltung und im Aufbau der Ressorts – wird die Zeitschrift für ihre Leserinnen vertraut. Sie ‚freunden‘ sich an. Der grundsätzlich gleich bleibende Aufbau und die inhaltlich fixierten Schwerpunkten unterstützen ihre Orientierungsfähigkeit. Andererseits ist die jeweilige Ausführung immer unterschiedlich, selbst die Seitenzahl variiert – also die Anzahl, Dichte und Ausbreitung einzelner Berichte. Dadurch bleibt jede Ausgabe der Zeitschrift innerhalb ihres seriellen Charakters einzigartig.

Einen weiteren Hinweis auf ihre Unterhaltungsfunktion findet sich in der inhaltlichen Ausrichtung der Freundin: Das Alltägliche wird zum Thema gemacht. Denn typischerweise, so Hügel, erfährt der Rezipient, die Rezipientin in

„[...] der U-Kultur [...] etwas, was ihm schon halb bewußt ist [...]. Daher ist der Erfahrung, die in der Unterhaltung zu machen ist, immer ein Moment von Bestätigung beigegeben [...].“⁴

Das was gelesen, gesehen wird, kann mit dem Alltag in Verbindung gebracht werden; kann beurteilt, verstanden werden, ohne sich speziell in eine Thematik einarbeiten zu müssen. Denn die Leserin unterhält sich nur dann, wenn sie „als Kenner das Gebotene einzuschätzen vermag. [Teilhaben] bei einem Ereignis, von dem man nichts versteht, bringt keine Unterhaltung.“⁵

¹ Siehe auch: Abschnitt *Das Layout – Wiederkehrende Gestaltungselemente*.

² Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, S. 133.

³ Ebd. S. 132.

⁴ Ebd. S. 130.

⁵ Ebd. S. 128.

Ratgeberfunktion

Die thematische Bandbreite, die so genannte Frauenzeitschriften ansprechen können, ist nicht nur durch ihren Unterhaltungsauftrag, sondern auch maßgeblich durch die Merkmale des Ratgeberjournalismus gekennzeichnet. Dieser, so Hömberg und Neuberger, sei thematisch nicht auf einen Bereich fixiert. Sein Kennzeichen liege vielmehr in der „Erfüllung einer Funktion“¹. Doch dabei bleibt es in der Freundin nicht. Sie scheint sich als ganzes mit einer fürsorglichen Aura zu umgeben.

Ich, deine Freundin, kümmere mich um dich, meine Leserin. Ich kümmere mich darum, dass du dich gesund ernährst, dass du dich fit hältst, dass du im Job weiterkommst, dass du dich gut mit deinen Liebsten verstehst, dass du weißt, was gerade im Trend ist und dass du dich zeitgemäß kleidest. Du bist mir wichtig, und darum kümmere ich mich um dein Leben.

Zwar ist diese Darstellung überzeichnet, charakterisiert jedoch den Grundton der Freundin. Egal, um welchen Lebensbereich es sich handelt, es werden Ratschläge geliefert. Manchmal durch direktes Ansprechen, manchmal über Vergleiche und Erlebnisse anderer. Diese Form der medialen Beratung vermittelt ein Gefühl der Allmächtigkeit, darauf weist Klausberger hin:

„Ratgeber-Texte vermitteln Lesern den Eindruck, daß nicht nur praktische Probleme, sondern auch solche zwischenmenschlicher, emotionaler Art nach gewissen Gesetzen funktionieren, die Experten offen legen, erklären können, die der in einer Situation Unsichere, Fragende nur noch zu kennen braucht, um sein Problem in den Griff zu bekommen, einer Lösung zuzuführen zu können.“²

Durch die Lektüre der Freundin entsteht also ein – zuallererst undefinierbares – ‚gutes‘ Gefühl. Ein Gefühl von Energie, von Erfolg. Es wird den Leserinnen der Eindruck vermittelt, dass sie alle ihre Schwierigkeiten in den Griff bekommen können. Nicht Lethargie, sondern Bewegung lautet das Credo der Zeitschrift. Wie eine reale Freundin vermittelt die Lektüre der Freundin den Eindruck, nicht am eigenen Leben verzweifeln zu müssen, da sich alles – und zwar wirklich alles – zum Besseren verändern lasse. „Hilfe zur Selbsthilfe“³ also, wenn die Leserinnen Hinweise bekommen „wie sie Probleme erkennen können und was sie unternehmen müssen, um sie zu bewältigen.“⁴ Egal, ob es sich dabei um eine verkorkste Beziehung, Streit mit der besten Freundin, Unwohlsein im eigenen Körper, Unzufriedenheit im Job oder Unsicherheit in Alltagsdingen handelt – die Freundin steht mit Rat und Tat zur Seite und gibt Veränderungsmöglichkeiten vor.

¹ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags, S. 9.

² Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“. Eine diskursanalytische Untersuchung. Diplomarbeit Universität Wien, Wien 1990, S. 41.

³ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags, S. 12.

⁴ Vgl. Ebd. S. 12.

Bei Durchsicht der Ratgebertexte lässt sich rasch nachvollziehen, dass derartige Texte keine komplexen persönlichen Einzelfälle behandeln – ihre mögliche Brauchbarkeit für die Leserin liegt eher in der allgemeinen Hilfeleistung, in vorbeugenden Tipps („was wäre wenn?“) und unterhaltsamer Zur-Schau-Stellung von beispielhaften Problemen der anderen. Der Ratgeberjournalismus bietet den Leserinnen, sofern sie die Texte der Zeitschrift nicht nur zur Unterhaltung nutzen, sondern tatsächlich auf der Suche nach Problemlösungen sind

„[...] Kenntnisse für das Erkennen von Problemen und gibt Ratschläge für ihre Beseitigung, wobei (im Gegensatz zur Bildung) ein konkreter Anlaß zur Wissensvermittlung vorliegt.“¹

Dazu muss ein Problem „tendenziell für ein Massenpublikum relevant sein. [...] Nicht das Kuriose oder Entfernte ist vorrangig Thema des Ratgeberjournalismus, sondern das Nahe, Alltägliche und oft Banale.“² Deshalb organisiert sich die Freundin dem saisonalen Lauf folgend, wodurch auftretende Fragen schon auf Grund der Aktualität auf eine große Leserschaft ausgerichtet werden.

Konkret sehen diese Saisons in der Freundin folgendermaßen aus: Im Frühling spiegelt sich das allgemeine Erwachen nach dem Winterschlaf im Heftinhalt wider. Neue Modetrends und die ersten Urlaubsvorschauen versuchen in ihrer Buntheit Lust auf das neue (Konsum-)Jahr zu machen. Zwischen März und April dann das erste Fest: Ostern. Rezepte, Modetipps, Geschenke. Der Osterhase hoppelt munter durch das Heft. Im Mai wird geheiratet. Im Sommer scheint einer Hitzewelle die nächste zu folgen, zumindest bietet die Freundin ausführlich Tipps und Tricks gegen heiße Tage. Die Freizeit verbringt die Leserin offenbar – so suggeriert die Zeitschrift – entweder beim Picknick oder wahlweise auf einer Sommer(grill)party. Ab September zieht sich die Freundin wieder mehr in Richtung Kuschelecke zurück. Die Farben im Modeteil sind wieder gedeckter, es ist vermehrt von Begriffen wie Harmonie und Entspannung die Rede; statt großer Liebesabenteuer wird geraten, wie man sich den richtigen Mann behält. Die Modestrecke wandert, passend zum Herbst, auf den Berg. Mit Ende Oktober beginnt die Vorfreude auf das ‚Fest des Jahres‘. Es wird diskutiert, welche Kekse gebacken werden und welche Geschenke man für seine Liebsten kaufen könnte. Gekocht wird Wild oder mit Zimt. In jedem Fall deftiger als noch vor wenigen Wochen. Nach den Feiertagen steht der Winter im Mittelpunkt, bevor ab Februar wieder die neuesten Accessoires für den Frühling präsentiert werden und mit leichter Küche den ‚überflüssigen‘ Feiertagkilos zu Leibe gerückt wird.

Beim Betrachten der Covermodels, lässt sich dieser Jahreslauf ebenfalls nachvollziehen: Nach den sehr eleganten Bildern rund um das Weihnachtsfest fehlt für das Märzheft erstmals die Jacke wieder, im April zeigt sich das Model schon im Bikini. Weiße, helle Sommerkleidung bringen die Sommerausgaben aufs Titelblatt. Mit September werden die Stoffe wieder dicker.

¹ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags S. 11.

² Ebd. S. 11.

Ab November schließlich ersetzen große Ohrringe und opulente Ketten den luftigen Modeschmuck des Sommers. Es wird wieder festlich, weihnachtlich.¹

Der Forderung von Hömberg und Neuberger nach einer breiten Zielgruppenansprache² kann in der Freundin durch saisonal angepasste Themenauswahl entsprochen werden. Das funktioniert besonders in den Ressorts, die sich auf jahreszeitliche Vorgaben abstimmen lassen, wie Kochen (Rezepte und Küchentipps für aktuelle Produkte), Mode oder Hilfestellungen zu Festlichkeiten (Weihnachten, Ostern, Sommerparty). Thematiken, die sich nicht saisonal verallgemeinern lassen, werden zwischendurch behandelt. Durch die regelmäßige Lektüre kann sich die Leserin einen Ratgeberschatz zulegen, ein Wissen, das entweder aufgenommen wird, weil man es selbst irgendwann einmal brauchen könnte, oder weil es als Hilfe für die Probleme anderer (menschlicher) Freundinnen reserviert wird. Im Sinn einer „unverbindliche[n] Horizonterweiterung“³ kann die Ratgeberfunktion der Freundin mit Maase als Bildungsfunktion verstanden werden. Durch ständig wiederkehrende Berichte rund um Beziehungsfragen, Krisenmanagement, etc. werden Ratgeberexpertinnen ausgebildet, die ihr Wissen möglicherweise wiederum im eigenen Bekanntenkreis weitertragen. Die Freundin als Ratgeberin beschränkt sich somit nicht nur auf eine textliche Ebene, sondern kann – mithilfe der Ausbildung eines ‚Beraterinnenstabs‘ – unter Umständen im Alltag ihrer Leserinnen funktionieren.

Ratgeberjournalismus repräsentiert eine spezielle Form von Beratung. Demzufolge lassen sich allgemeine Kennzeichen von Beratungen auch in den journalistischen Texten wieder finden: „Komplexere Beratungen setzen sich aus verschiedenen Sprechakttypen zusammen: Fragen, Aufforderungen, Ratschlägen, Warnungen, Behauptungen, Vorschlägen, etc.“⁴ Ausgehend von einem Problem (in dem Fall einem Thema) wird in einer kommunikativ eindeutigen Situation (es ist festgelegt, wer Rat sucht und wer diesen erteilt) ein Lösungsweg zu finden versucht. Nimmt man den Ratgeber Zeitschrift, so lässt sich eindeutig festhalten, von wem die Ratschläge kommen. Es gibt zwar Rubriken, in denen sich die Leserinnen gegenseitig Tipps und Tricks verraten, im Großen und Ganzen kommen Ratschläge jedoch von der Redaktion. Im Unterschied zum Beratungsgespräch findet kaum Interaktion statt (von den Leserbriefen abgesehen). Die Freundin tritt als Ratgeberin auf, die der suchenden Leserin Ratschläge anbietet. Durch diese Konstellation werden die Grenzen des Ratgeberjournalismus deutlich:

„Ohne Präsenz von Ratgeber und Ratsuchendem ist nur eine ungenaue Ferndiagnose möglich, die Lösungsvorschläge werden der Einzigartigkeit des Falles nicht gerecht, und der Medien-Ratgeber kann aus der Distanz nur leicht anwendbares Wissen zur Selbsthilfe, ‚Tips und Tricks‘, für Laien weitergeben, ohne selbst eingreifen zu können. Die Massenmedien greifen nur Probleme auf,

¹ Siehe auch: Kapitel: *Die Blattlinie – Freundin im Jahreslauf*.

² Vgl. Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags, S. 11.

³ Maase, Kaspar: Massenkultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S.48-56, hier S. 49.

⁴ Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“, S. 43.

die sie für relevant halten; sie ignorieren das Leid einzelner, wenn es für das Publikum nicht interessant genug ist.“¹

Ratbertexte können als Verhaltensvorschläge bzw. als Appelle ohne Weisungscharakter verstanden werden, wobei – wie für das Medium Zeitschrift insgesamt – der Unterhaltungswert mindestens genauso wichtig ist. In der Präsentation von Allgemeinbildern gibt die Freundin Verhaltensweisen vor, steckt Grenzen aus und formuliert Richtungsanzeiger.

„Was C. Schmerl für die Werbung festgestellt hat, kann auch für [...] Zeitschriften (speziell für Ratgeber-Texte) gelten: Sie vermitteln ‚Bilder vom idealen Leben [...], Vorstellungen von gut, richtig und erstrebenswert, kurz [...] Wertvorstellungen‘.“²

In Momenten der Verzweiflung können derartige Eingrenzungen als Orientierungshilfen dienen, Konventionen als Wegweiser zurück zur eigenen Mitte. Statt individueller Problemlösungsansätze sind die Texte als unterhaltsame Begleiter angelegt; im Unterschied zum Nachrichtenjournalismus wird die Leserin durch ihre Lektüre begleitet.

„Es bleibt nicht [...] allein dem Urteil des Rezipienten überlassen, was er in seiner Situation als Schaden oder Nutzen empfindet. Der Ratgeberjournalismus unterstützt ihn durch *explizite Wertungen*, kennzeichnet Probleme und Lösungen.“³

Was Hömberg und Neuberger als negative Seite des Ratgeberjournalismus kritisieren, nämlich dass der Umfang der Beratung räumlich und zeitlich stark beschränkt bleibt,⁴ Probleme nicht systematisch und über einen längeren Zeitraum ausgeräumt werden, kann ebenso als Qualität der Zeitschrift gesehen werden. Denn im Unterschied zur Freundin aus Fleisch und Blut bietet sie zwar Ratschläge an, kontrolliert jedoch nicht ob sie befolgt werden. Der Verfasser von Ratbertexten übernimmt, so Klausberger,

„durch das Äußern des Ratschlages jedenfalls nicht die Verantwortung für die folgenden Handlungen des Rezipienten. [...] [Der Verfasser] verfügt auch über keinerlei Druckmittel, hat auch selbst kein Interesse daran, die Handlungen vom Adressaten irgendwie einzufordern, gar zu erzwingen.“⁵

Eine Ratgeberin und Trostspenderin, die zwar da ist, wenn man sie braucht, die aber keine Veränderungen einfordert. Stattdessen begünstigt schon die Lektüre das Gefühl, den ersten Schritt hin zu einem neuen Leben getan zu haben; zum Beispiel, indem man so genannte Psychotests ausfüllt und dadurch der Eindruck von konstruktiver Aktivität entsteht. Die behandelten Probleme bleiben – im Unterschied zur tatsächlichen Freundin – nicht im Gespräch. Im Gegenteil: Mit jeder neuen Ausgabe variieren die Themen. Trotz der positiv-aktiven Grundstimmung ist eine Flucht aus dem tatsächlichen Alltag problemlos möglich. Es ist eben doch Unterhaltung, denn machen wir so

¹ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags, S. 13f.

² Schmerl, Christiane: Werbung auf den Trampelpfaden des Patriarchats. In: Schmerl, Christiane: Frauenfeindliche Werbung. Sexismus als heimlicher Lehrplan. Reinbek bei Hamburg 1983, S. 13-29, hier S. 14.

Zitiert nach: Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“, S. 78.

³ Hömberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags, S. 12f.

⁴ Vgl. Ebd. S. 14.

⁵ Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“, S. 39.

„Erfahrungen auf Vorrat [...], so werden wir, weil wir diese weder aktuell pragmatisch nutzen (umsetzen) noch sofort intellektuell oder psychisch Konsequenzen aus der Erfahrung ziehen, von der Unterhaltung nicht bedrängt.“¹

Eskapismus: Der Text ist gelesen, das Problem erst einmal beseitigt. Ein Rechtfertigungszwang besteht nicht.

3.4. Eine Freundin zum Lesen

Lesefrüchte

Um die Zeitschrift vorzustellen, reicht es nicht aus, einzelne Rubriken aufzulisten oder die Anzahl der Leserinnen pro Ausgabe zu definieren, auch wenn diese Rahmenfaktoren nicht unwesentlich sind. Wichtiger für die vorliegende Untersuchung erscheint es, Stimmungen zu transportieren. Für den Leser/die Leserin soll nachvollziehbar gemacht werden, wie und wo Freundschaft in der Freundin thematisiert wird. Daher werden im folgenden Abschnitt Lesefrüchte präsentiert. Es handelt sich dabei um eine Auswahl, welche die einzelnen Rubriken sehr charakteristisch vertritt. Zusätzlich – und um eine Einordnung in ein Gesamtbild zu erleichtern – wird die ‚Freundlichkeit‘ der einzelnen Ressorts kommentiert: An welcher Stelle tritt Freundschaft im redaktionellen Kontext auf? Und wo wird darauf verzichtet?

Einen ersten Überblick geben *inhalt* und *vorschau* der einzelnen Hefte. Hier werden Freundschafts-Themen nur angesprochen, sofern sie Hauptinhalte eines Textes oder Berichtes sind.

„Ab ins Weekend! Mit den besten Freunden und unkomplizierten Outfits“ (16/2005, S. 3), „Kleine Verführer: Quiches, Tartes und Pies versüßen unsere Nachmittage mit Freundinnen“ (18/2005, S. 3), „Das Glück, eine Freundin zu haben. Wie Sie Krisen meistern – und weiter zusammenhalten.“ (22/2005, S. 5)

Anders sieht es im *editorial* aus. In diesem Bereich sind Freundschaften bzw. die Zeitschrift als Freundin in der geringen Textmenge von jeweils nur einer Seite überproportional oft angesprochen: Dabei geht es entweder um die Position der Zeitschrift, um illustrierende Geschichten aus dem persönlichen Umfeld oder um das Thema ‚Freundschaft‘ ganz allgemein, wobei nach dem Relaunch eine noch stärkere Betonung festzustellen ist. Die neuen Chefredakteurinnen, Ulrike Zeitlinger und Sabine Pabst, treten als Team auf, begrüßen ihre Leserschaft gemeinsam:

„Ab sofort begrüßen Sie an dieser Stelle zwei neue Gesichter. [...] Da wir nicht nur Journalistinnen, sondern seit vielen Jahren auch Freundinnen sind, fanden wir es richtig, das Editorial künftig gemeinsam zu schreiben. Die Freundin soll schließlich von der ersten bis zur letzten Seite ihrem Namen gerecht werden.“ (20/2005, S. 3)

¹ Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, S. 131.

Dem freundschaftlichen Anspruch zum Trotz ist die Seite streng hierarchisch aufgeteilt. Etwa drei Viertel der Seite werden von der Chefredakteurin in Anspruch genommen – inklusive einem deutlich größeren Foto. Der Platz der Stellvertreterin ist unter ihr. Im wahrsten Sinn des Wortes. Das neue *editorial* kann wirklich als Begrüßung verstanden werden, es ist nämlich vor das Inhaltsverzeichnis gewandert und begleitet die Leserin somit direkt in das Heft hinein.

Ebenso freundschaftlich zeigen sich die redaktionellen Texte im *journal*. Im April 2005 wird zum Beispiel Pro und Contra diskutiert, ob man zu Freunden immer ehrlich sein soll. Da heißt es etwa von der Nein-Seite:

„Eines vorweg: Ich belüge meine Freunde nicht! Aber ich meine, dass man nicht immer gnadenlos die Wahrheit heraustrompeten sollte, weil sie sehr verletzend sein kann.“ (11/2005, S. 112)

Auf der anderen Seite wird dem entgegengehalten:

„Ich finde, es gibt tagtäglich allein im Job genug Situationen, in denen man sich diplomatisch verhalten muss. [...] Nur, meiner Meinung nach ist irgendwann Schluss [...]. Muss ich mühsam nach Worten suchen, wenn mich die schlechten Essmanieren meiner Freundin schlicht nerven? [...] Wo ist Platz für Wahrheit, wenn nicht bei den engsten Freunden?“ (11/2005, S. 112)

Wenn nicht ganze Artikel dem Thema gewidmet sind, so kommen Freunde immer wieder kurzfristig zum Zug. So etwa als Betonung für ein Gefühl von Intimität und Vertrautheit:

„[...] ein toller Auslands-Job mit besten Konditionen. Aber alles aufgeben, Freunde, Familie, gewohntes Umfeld?“ (12/2005, S. 100), „Die drei Frauen da drüben sind nur Kolleginnen beim Lunch und keine eingeschworene Freundinnen-Clique.“ (14/2005, S. 84)

Und Freunde spielen eine Rolle, wenn es um gemeinsames Feiern geht:

„Wer kommt auf die Gästeliste? Alle, die Sie gern mal zusammenbringen wollen, z.B. unterschiedliche Freundeskreise. [...] Achten Sie darauf, dass niemand allein steht, und stellen Sie Ihre Freunde einander vor, etwa mit dem Hinweis auf gleiche Berufe oder Hobbys.“ (14/2005, S. 88)

Aber auch an weniger turbulenten Abenden. Denn Freunde sind manchmal einfach nur zum Reden da, so die Freundin: „Sie lieben diese Nächte, in denen Sie mit Ihren Freunden bei einer Flasche Rotwein über Gott und die Welt philosophieren.“ (14/2005, S. 92) Freunde sind immer füreinander da:

„Eine Freundin ruft bei Ihnen an und fragt, ob sie sich Ihr Auto leihen kann, ihres müsse in die Werkstatt. Für Sie ist das kein Problem – Sie sagen sofort ja.“ (14/2005, S. 92) Oder: „Bestes Mittel gegen Party-Stress: Ein paar gute Freunde helfen bei den Vorbereitungen.“ (14/2005, S. 88)

Obwohl, selbst Freundinnen und Freunde machen nicht immer alles richtig, so die Zeitschrift:

„Ihre Freundin plaudert zu viel aus, ein Freund ist wie selbstverständlich unzuverlässig: Kleine Ärgernisse summen sich so zu großem Groll auf. Das schwächt, belastet, bindet die Gedanken.“ (17/2005, S. 82)

In Sachen Freundschaft weiß die Freundin, was zu tun ist, und dieses Wissen wird in Form von Ratschlägen im *journal* umfassend an die Leserinnen weitergegeben.

Eine besonders intensive Auseinandersetzung mit der Freundschaftsthematik bietet die Rubrik *psycho*. Hier gibt es Artikel, die sich ausschließlich mit diesem Thema beschäftigen. Dabei stellt sich immer wieder die Frage nach einer *idealen* Freundschaft. Es wird ausgeführt, dass es in einer Freundschaft auf bedingungsloses Vertrauen ankomme und dass man sich für seine Freunde jederzeit gerne Zeit nehme:

„Was Ihre Freundschaft stark macht. Nichts verbindet so sehr wie schöne gemeinsame Erlebnisse. Hier kommen 22 Vorschläge, was Sie mit Ihrer liebsten Vertrauten jetzt unternehmen können.“ (24/2005, S. 110) Oder: „Für Ihre Freunde sind Sie auch in stressigen Zeiten voll da. Schließlich ist es wichtig, Freundschaften zu pflegen. Da muss die Arbeit mal liegen bleiben.“ (20/2005, S. 116)

Dabei wird von der Freundin eindeutig vorgegeben, wie bedeutend gute Freunde seien:

„Freundschaften fürs Leben. Ein fester Freundeskreis ist heute oft wichtiger als die Verwandtschaft. Wir sagen, wie es zu dieser Entwicklung kommt und wie gute Cliquen funktionieren.“ (26/2005, S. 111) Oder: „Denn Freunde fangen einen auch auf, wenn man gestolpert ist: der Stoff aus dem Lebensmut gemacht ist!“ (1/2006, S. 105)

Freunde und Freundinnen sind – so scheint es – immer für einander da, ganz gleich in welcher Situation. Sollte es in dieser *idealen* Beziehung doch einmal kriseln, braucht die Freundin-Leserin nicht verzagen. Sie könne sich mit den richtigen Tipps für alle möglichen Konfliktsituationen rüsten, denn die jeweiligen Probleme werden an Fallbeispielen erklärt und mit einfachen Tricks aufgelöst.¹

Eine wiederkehrende Fundgrube für das Freundschafts-Thema bietet das Horoskop. Dabei können Sporttipps, Geldangelegenheiten und allgemeine Aussagen zum Thema Freundschaft unterschieden werden. In Heft 11/2005 heißt es beispielsweise für die Jungfrau: „Konkurrenz belebt Ihren Sportgeist. Nehmen Sie eine fitte Freundin als Vorbild, und schon klappt’s mit der Disziplin.“ (11/2005, S. 240) oder für die Stier-Dame: „Egal, ob viele oder wenige Geschenke zum Geburtstag: Sie stellen fest, wie gut Ihre Freunde Sie kennen.“ (11/2005, S. 240) Ein Beispiel für einen Tipp aus dem Bereich Geld findet sich in Ausgabe 21/2005 für die Widder-Frau: „Freunde haben Ihnen bei einem Engpass über die Runden geholfen. Jetzt ist Ihr Konto voll – Rückzahlung und eine Einladung sind Ehrensache!“ (21/2005, S. 246)

Sparsam geht man insgesamt im Kochressort mit freundschaftlichen Texten um. Wenn, dann handelt es sich vor allem um kulinarische Geschenke bzw. um die Frage, wie man Freunde verwöhnen könne:

¹ Siehe auch: Kapitel *Vom „Zicken-Theater“ und anderen Katastrophen*.

„Ihnen fehlt noch ein originelles, raffiniertes Geschenk? Wie wär's mit edlen Gewürzölen, Likören, Pralinen oder Gebäck? 16 leckere Verwöhn-Ideen für liebe Freunde – ganz leicht selbst gemacht.“ (25/2005, S. 191)

Oder um gemeinsames Kochen im Rahmen von Partys und Festen.¹ Party ist das Stichwort für den *kreativ*-Bereich. Hier ist von der Freundin bzw. Clique im Fasching geschrieben, nämlich dann, wenn es darum geht, bunte Kostüme für die gemeinsamen Party zu nähen:

„Doch dann kommt Ihre beste Freundin daher und schwärmt von der Fete am vergangenen Wochenende, den Kostümen, den Männern, der Stimmung, der Dekoration. Klar, bei der nächsten Party sind Sie mit dabei. [...] Dazu gibt's noch reichlich Ideen für ganze Cliquen: ein knallbuntes Pop-Quartett, lustige Fruchtgummis und gefährliche Vampire.“ (5/2006, S. 158)

Im Reise-Ressort sind Freunde und Freundinnen ebenfalls nicht oft genannt. Wenn, dann werden sie hauptsächlich als Reisebegleiter gezeigt – und zwar sowohl bei den Reisen der Redakteurinnen, als auch bei Reise-News oder Gewinnspielen:

„Australiens Mysterien interessieren mich und meine Freundin Gordana schon lange. Jetzt endlich haben wir es geschafft, drei Wochen Urlaub freizuschaukeln und uns auf Abenteuerreise zu begeben.“ (6/2006, S. 142)

Obwohl in der Theorie den Frauen in der Ausübung ihrer Freundschaften wiederholt der private Raum zugeordnet wird², wird im Wohnressort zu dem Thema FrauenFreundschaft kaum Stellung genommen. Insgesamt sind im Untersuchungszeitraum von einem Jahr nur in zwei Heften redaktionelle Aussagen dazu zu finden:

„Gäste herzlich willkommen. Tische, die sich für Freunde richtig groß machen, und Möbel, die eine besonders schöne Stimmung zaubern – hier fühlt sich jeder schnell zu Hause“ (24/2005, S. 167) und: „[Möbel] Für sonnige Stunden mit guten Freunden.“ (24/2005, S. 176)

Das Ressort *leichter leben* präsentiert sich insgesamt als freundschaftliches und verspricht „Tipps und Trick für einen entspannten Alltag“ (21/2005, S. 7). Das Thema Freundschaft selbst hingegen wird nur vereinzelt angesprochen. Vor allem geht es dann um Verhaltenshinweise, wie man sich in Bezug auf Freundinnen und Freunde benehmen soll. So wird im Dezemberheft diskutiert, wie man sich bei unterschiedlichen Gelegenheiten am stilvollsten bedankt:

„Ein herzliches ‚Danke – schön war's‘ am nächsten Tag. Geht schnell, aber nett per Telefon. Okay, bei der besten Freundin dürfte das Gespräch etwas länger dauern – der Abend muss schließlich in allen Einzelheiten durchgekauert werden.“ (1/2006, S. 238),

Ebenso beim Thema Essen, bei der Essenseinladung, wenn es heißt: „Zwar mögen Ihre Freunde die scharfe Küche – aber bei dieser Soße haben Sie es zu gut gemeint [...]“. (26/2005,

¹ Siehe auch: Kapitel: *Die Blattlinie – Freundin im Jahreslauf*.

² Vgl. u. a. Becker, Ruth: Raum: Feministische Kritik an Stadt und Raum. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie* (= *Geschlecht & Gesellschaft*, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 652-664, hier S. 655.

S. 236) Klar gemacht wird: Freundschaft bedeutet, einander zu helfen: „Die Mutter Ihrer guten Freundin Sabine weiß, Sie suchen händeringend einen Job. [...]“ (1/2006, S. 238)

Im *trendguide* finden sich einzelne Darstellungen. Zum Beispiel rund um das Thema Party:

„Die Partys finden natürlich unter freiem Himmel statt. Nicht als mickriges Picknick, sondern als großes Gourmetfest – als Dinner for two oder mit vielen Freunden, im Garten oder im Park unter großen romantischen Bäumen.“ (16/2005, S. 8)

Oder ein anderes Mal zum Thema Geschenke: „Die beste Freundin als Engel auszeichnen und ihr kleine Silberflügel schenken.“ (3/2006, S. 11) Dass im *trendguide* Freundschaft nur selten dezidiert angesprochen wird, lässt darauf schließen, dass Freundschaft nicht vorwiegend mit dem Begriff ‚Trend‘ in Verbindung gebracht wird. Eine Freundschaft sei von längerem Bestand und als solche kein Trend, obwohl durchaus – wie der Vergleich im Zeitschnitt zeigt – fortwährende Veränderungen in der Definition des Freundschafts-Begriffs festzustellen wären. Diese Anpassung an soziale Modeströmungen wird offensichtlich dennoch nicht als etwas Trendabhängiges erlebt, sondern die Permanenz des Begriffes vorausgesetzt.¹

Abschließend sei festgehalten, dass in der Freundin immer wieder mit zweierlei Maß gemessen wird, ob es sich um *ihre* Freunde handelt oder um *seine*:

„Die Clique des anderen zu akzeptieren fällt vielen nicht leicht. Vor allem, wenn man den Eindruck hat, dass ihre Meinung zu viel Gewicht besitzt, ihre Gesellschaft zu oft gesucht wird. ‚Machen Sie sich und ihm klar: Der Partner muss die Nummer eins sein‘ [...]“ (20/2005, S. 85),

wird eine Paartherapeutin von der Freundin zitiert. Die männlichen Kumpels des Partners gelte es also auf Distanz zu halten, während die eigenen Freundinnen nicht vernachlässigt werden sollen, wie es an einer anderen Stelle heißt:

„Die Shoppingtouren mit der besten Freundin und die lustigen Frauenrunden in der Pizzeria nebenan sind selten geworden. [...] Doch auch Frauen schadet es nicht, wenn sie öfter mal mit Freundinnen weggehen oder eigene Interessen pflegen.“ (1/2006, S. 102)

Der Themenbereich Freundschaft wird quer durch die Zeitschrift immer wieder konkret angesprochen, wobei sich eine verstärkte Konzentration auf das Thema nach dem Relaunch abzeichnete. Abgesehen davon gibt es zwischen den einzelnen Ressorts bemerkenswerte Unterschiede. Eine methodische Anmerkung ist vorzuschicken: Für die qualitative Analyse wurden alle Aussagen des Untersuchungszeitraumes exzerpiert und in einer Tabelle aufgelistet.² Es ging allerdings nicht darum, Worte wie „Freundschaft“ oder „Freundin“ quantitativ zu erheben, sondern vielmehr um die Extraktion von Sinneinheiten.³ Die

¹ Siehe auch: Kapitel *Diskurs im Wandel der Zeit*.

² Siehe auch: Kapitel: *Methode*.

³ Aufgelistet wurden alle Sinneinheiten im Untersuchungszeitraum, in denen konkret ein Wort des Wortstammes „Freund-“ (Freundschaft, Freundin, Freunde, Freundeskreis,...) verwendet wird. Ebenso wurden Sätze und Absätze, die thematisch verwandte Bezeichnungen wie Clique, Kumpel, etc. enthalten, oder wo das Thema zweifelsfrei angesprochen wurde (z.B. wenn von „meiner Freundin Anna“ die Rede war und weiter unten im

angeführten Zahlen dürfen in diesem Sinn nicht als absolute Werte behandelt werden, bewähren sich aber nichts desto trotz in der Abbildung von Verhältnissen.

Mit Abstand am häufigsten wird die Freundschaftsthematik im *journal* angesprochen. Selbst wenn man die einzelnen Rubriken betrachtet, finden sich in diesem Bereich die Spitzenreiter. Einsam an der Spitze führt *psycho* die Reihe mit etwa 125 sprachlichen Freundschaftsbildern an. Auf nicht einmal die Hälfte bringt es auf dem zweiten Rang das Ressort *liebe*. Hier wird bei gut 50 Gelegenheiten von ‚Freundschaft‘ gesprochen. Zwischen 20 und 30 Erwähnungen bieten *editorial*, *job* und *interview*. Dahinter das *horoskop* mit 19 Aussagen. Knapp über zehn kommen *inhalt*, *modernes leben*, *reportage* und *leichter leben*. Die meisten Bereiche bleiben einseitig, wobei *wissen*, *geld*, *beauty*, *wohnen* und *kultur* offenbar am wenigsten freundschafts-kompatibel sind.

Sprachliche Werkzeuge der Freundschaftstexte

Nach dieser sprachlichen Übersicht soll ein genauerer Blick auf die freundschaftlichen Texte, auf ihre grammatikalischen und inhaltlichen Besonderheiten sichtbar machen, durch welche Werkzeuge journalistische Texte zu freundschaftlichen werden. Dabei wird betrachtet, wie die Freundin mit ihren Leserinnen umgeht und wo sie sich selbst als freundschaftlich charakterisiert.

Was den Umgang mit der Leserin betrifft, so fällt die strikte Ansprache mit ‚Sie‘ auf. Obwohl es sich um eine Freundin handeln soll, wird nicht geduzt, zumindest nicht von beiden Seiten. Zwar werden die Leserinnen bei weitem nicht in jedem Artikel persönlich angesprochen – vielmehr handelt es sich dabei vor allem um das Editorial, diverse Tests und kurze (organisatorische) Einschübe: „Die Adressen der Modefirmen finden Sie auf Seite [...]“. (20/2005, S. 46) – trotzdem scheinen sich Leserinnen mit ihrer Freundin umgekehrt zum Teil so zu identifizieren, dass sie die Redaktion duzen:

„Super! Vielen Dank! [...] Ihr habt mir [mit Adressen und Tipps] einen richtig guten Start in München beschert – und jetzt fühle ich mich hier schon wie zu Hause.“ (12/2005, S. 125)

Neben der persönlichen Ansprache ist es vor allem die persönliche Erzählung, die – im Vergleich beispielsweise zu Tageszeitungstexten – als rhetorische Eigenheit der freundschaftlichen Texten hervorsticht. Das dazugehörige Stilmittel heißt Identifikation: *Als echte Freundin erzähle ich dir natürlich von meinem Leben. Von Dingen, die mich privat und beruflich beschäftigen, von Menschen, die mir wichtig sind. Und dabei vor allem von meinen (anderen) Freunden.*

Text nur „Anna“ steht) notiert. Nicht in diese Liste aufgenommen wurden wiederkehrende Ressortbezeichnungen („Tipp unter Freundinnen“) und Nennungen der Zeitschrift. Solche kommen häufig vor, beispielsweise in den Eigenwerbungen „meine Freundin kommt nie ohne Geschenk“ oder bei Berichten über Society-Events oder der Nennung von Mitarbeitern (Freundin-redakteurin XY). Ebenfalls nicht erhoben wurde die Rubrik „Unter Freundinnen“, da diese auf dem Thema Freundschaft basiert und daher in einem eigenen Abschnitt behandelt wird. Siehe auch: Kapitel: *Friendimoniales – Die sicheren Bilder in Texten.*

Besonders im *editorial* finden sich zahlreiche Geschichten von den Menschen hinter den Texten. Die Redakteurinnen – in diesem Fall die Chefredakteurinnen – lassen die Leserin augenscheinlich ganz nah an ihr Privatleben heran. Sie stellen sich mit ihrer individuellen Freundschaftsgeschichte in den Mittelpunkt. Beinahe zu jedem Textbeitrag der aktuellen Ausgabe findet sich ein erzählenswertes Geschichtchen aus dem reichen Fundus von privaten Kontakten. Und wenn es diese nicht wirklich gibt, so bleibt anzunehmen, dass sie eben authentisch erfunden werden. Wichtig dabei: eine kurze, anschauliche Anekdote und ein eleganter Dreh als Überleitung zu einem Artikel des aktuellen Heftes:

„Mein englischer Freund Nic war damals begeisterter Überraschungsgast bei lang geplanten Renommier-Einladungen und schummelte sich meistens als Einkaufshilfe zu diesen Events. Nicht nur, dass er den Smalltalk aufs Schäbigste traktierte, schon vorher, beim Kosten der Speisen, jubilierte er entzückt: ‚Es ist ein Wunder, dass ganz unterschiedliche Zutaten immer das gleiche Gericht ergeben.‘ Blödmann, aber er hatte Recht. Mittlerweile koche ich nur noch, wenn ich Lust habe, und bin offen für raffinierte Tricks, die das Kochen vereinfachen, so wie ab Seite 179.“ (14/2005, S. 7)

Der Glaubwürdigkeit dient ein Name, ein Ort oder ähnliche Fakten und der Beziehungsstatus, damit die Leserin bei all den Namen nicht den Überblick verliert („Meine Hamburger Freundin Christine [...]“ (5/2006, S. 5)). Wichtigste Eigenschaften der Schreiberin: Übersicht und Verständnis. Sich überall auszukennen und überall jemanden zu kennen ist das eine, auf der anderen Seite sind offensichtlich Toleranz und Einfühlungsvermögen gefragt.

„Unkompliziert und wunderbar pragmatisch sind Frauen, wenn sie ein Problem haben: Sie blockieren tagelang die Telefonleitung, um auch das kleinste Detail mit ihren Freundinnen zu diskutieren. Treffen sich dann mit selbigen, um sich in den Arm nehmen zu lassen. Erhöhen ihren Taschentuchkonsum beim Tränentrocknen, als gelte es Tempo vor dem Bankrott zu bewahren. Trösten sich mit Prosecco, Häagen-Dazs-Eis und/oder einer ordentlichen Shopping-Tour. Danach geht's besser. Meistens.“ (24/2005, S. 3.)

Ich verstehe dich. Ich weiß, wie es dir geht! Schmerl bezeichnet diese Vorgehensweise als „intimen Rapport“¹, durch den versucht werde, „die Anonymität von Verlagsapparat und Massenzeitschrift durch eine scheinbar private Sphäre, durch vorgetäuschte Partizipation und Zwiegespräch aufzuheben.“²

Die ‚Chef-Freundin‘ gibt die Lesart vor. Das *editorial* mit seinen kleinen Privatgeschichten bildet den Rahmen, durch welchen erst die abonnierte Freundschaft betrachtet werden kann. Durch die Verwendung von Idealbildern kann sich jede Leserin, wenn schon nicht identifizieren, so wenigstens unterhalten. Daneben findet dieses Stilmittel vor allem bei den Reiseberichten Verwendung:

„[...] Ein paar Tage genieße ich die City-Atmosphäre, aber dann zieht es mich in den Norden: Rund um Portinatx, so hat mir mein spanischer Freund César versichert, herrscht weniger Trubel [...].“ (20/2005, S. 140)

¹ Schmerl, Christiane: Das Frauen- und Mädchenbild, S. 59.

² Vgl. Ebd. S. 59.

Abgesehen von der persönlichen Formulierung in Form von direkter Ansprache und persönlichen Erfahrungen sind zwei weitere Werkzeuge häufig in Verwendung. Zum einen handelt es sich dabei um einen Vergleich, zum anderen um einen dichten Gebrauch des Imperativs.

Der „appellative Charakter der Texte“¹ gilt als typisch für Ratgeberliteratur: „Ein Ratschlag, eine Empfehlung, ein Vorschlag, eine Warnung können in Form einer Aufforderung (Imperative) realisiert werden.“² Ausgedrückt wird dieser durch eine Anhäufung von Rufzeichen, die, nach Adorno, zur Kennzeichnung einer „Autorität, Beteuerung der Wichtigkeit verkommen“³ sind. Die Leserinnen werden nicht unkommentiert mit der Lektüre allein gelassen, sondern ständig zu irgendetwas aufgefordert: „Öfter mal lachen!“ (20/2005, S. 58), heißt es da zum Beispiel.

Wenn es um heikle Probleme geht, wird nicht die Leserin selbst angesprochen, sondern ein Vergleich verwendet. Dabei schlüpft entweder eine Redakteurin als Repräsentantin der Leserinnenschaft an deren Stelle (*freundin tut es!*), oder als anschauliches Beispiel wird eine möglicherweise fiktive oder zumindest anonymisierte Geschichte verwendet. Eine Geschichte, die einer Freundin, einer Bekannten der Redaktion passiert sein könnte, oder die eine (anonyme) Leserin erzählt haben könnte. Über diesen Weg werden selbst für schwierige Themen anschauliche Beispiele gefunden, die in dieser Form keine konkrete Person verletzen können. Ratschläge werden für die Leserinnen über diesen Umweg des Vergleiches leichter konsumierbar, es kommt zu keiner Abwehrhaltung.

Mit Rat und Tat

In der *freundin* gibt es also zum einen sprachliche Werkzeuge zur freundschaftlichen Textgestaltung, wie die eben erwähnten Imperative, die persönlichen Erzählungen, die direkte Leserinnenansprache und die Vergleiche. Ferner tauchen inhaltliche Hilfsmittel auf, vor allem in der Umsetzung eigener Ressorts oder in der Abonnentinnenwerbung, wie weiter unten erläutert wird. Daneben gibt es in einem teils-inhaltlichen, teils-sprachlichen Zugang einen Rückgriff auf die Ratgeberfunktion der Zeitschrift. Es handelt sich dabei um besondere Hilfsangebote und Ratschläge der *freundin*, die quer über das redaktionelle Angebot verstreut sind.

Die *freundin* begleitet ihre Leserinnen – sofern sie dies wünschen – zuverlässig durchs Jahr. Im regelmäßigen Abstand von zwei Wochen liefert sie neue Service-, Ratgeber- und Unterhaltungsleistungen. Doch die *freundin* will nicht nur alle vierzehn Tage präsent sein, nein, sie verspricht jederzeit ihre Aufmerksamkeit und vergleicht sich dabei ausnahmsweise selbst mit einer „echten Freundin“:

¹ Schmerl, Christiane: Das Frauen- und Mädchenbild, S. 59.

² Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“, S. 39.

³ Adorno, Theodor W.: Noten zur Literatur I. Frankfurt am Main 1958, S. 164.

„Liebe Leserin, wir sind rund um die Uhr für Sie da – genau wie eine echte Freundin. Sagen Sie uns, was Sie freut, was Sie ärgert, was Sie bei uns lesen möchten. Wir greifen Ihre Ideen und Anregungen gerne auf! Rufen Sie uns einfach an – egal ob bei Tag oder bei Nacht.“ (Vgl. 12/2005, S. 219)

Dabei scheint die Freundin ihren freundschaftlichen Anspruch noch einmal extra betonen zu wollen. Unter der Überschrift „Der heiße Draht zur Freundin“ (u. a. 11/2005, S. 237) ist diese Rubrik in Form einer vertikalen Viertelseite in jeder Ausgabe unter die Kleinanzeigen gemischt. Angeführt sind eine Kontaktnummer bzw. der Link zu den Internet-Foren, wo Kommentare und Anregungen genauso wie Diskussionsbeiträge angenommen werden. Die Darstellung der Freundin ist klar: Immer da sein, immer Zeit haben. Das zeichne eine richtige Freundin aus.

Immer für die Freundin da zu sein, immer die richtigen Ratschläge zu haben, das verspricht die Freundin auch auf professioneller Ebene, denn die „Freundin-Anwälte helfen“ (u. a. 11/2005, S. 233), wenn die Leserin rechtliche Fragen stellt. Das Service ist individuell jederzeit online bzw. telefonisch erreichbar. Für gewisse allgemeine Informationen gibt es einen Faxabruf. Das Service ist allerdings – anders als eine ‚echte‘ Freundin – teilweise gebührenpflichtig. Die Spalte ist mit „Ihr gutes Recht“ (u. a. 11/2005, S. 233) überschrieben, der Chef der zuständigen Anwaltskanzlei ist stellvertretend für sein Team mit Bild und Namen abgedruckt. Diese Anzeige ist in allen Heften vorhanden, zum Teil kombiniert mit Kleinanzeigen (Vgl. 11/2005, S. 233), teilweise an das Impressum angebunden. (Vgl. 18/2005, S. 121) Die Anwälte stehen mit Rat und Tat zur Seite, wenn die Leserin Informationen braucht. Die Freundin weiß in vielen Bereichen Bescheid, kann der Leserin immer und überall mit Tipps zur Seite stehen.

Apropos: Tipps. Im Prinzip ließe sich der gesamte redaktionelle Inhalt portionsweise als Tipp verkaufen. Dennoch werden einzelne Ratschläge gesondert abgedruckt, wodurch sie gestalterisch einen besonderen Auftritt bekommen. Zu unterscheiden sind Expertinentipps und „Tipps unter Freundinnen“ (u. a. 22/2005, S. 12).

Expertinentipps treten bereits in den älteren Ausgaben auf und werden nach dem Relaunch weitergeführt. Wie der Name schon sagt, handelt es sich dabei um Hinweise zu bestimmten Themen, die in einzelnen Ressorts unregelmäßig angewandt werden. Beispielsweise aus dem Bereich Kultur: Einen regelmäßigen Musik-Tipp gibt es vom Musikjournalisten Christian Jooß, einer männlichen Ausnahme im Expertinnenfeld. Dieser Tipp ist durch ein großes, farbiges X vom restlichen Text abgesetzt, mit dem Appell „Hören!“ (u. a. 16/2005, S. 172) überschrieben und durch ein kleines Portraitbild personalisiert. Der Name und der Beruf der Ratgebenden dienen zur Legitimation seiner oder ihrer Qualifikation. Die Expertinnen stammen entweder aus dem Umfeld der Redaktion:

„Renate Kuhlbrodt, Beauty-Chefin. Seitdem uns eine Freundin-Leserin ihren Trick gegen Besenreiser verraten hat, trinkt das Beauty-Ressort täglich 2 bis 3 Tassen Buchweizentee [...]. Buchweizen enthält den Wirkstoff Rutin, der für gute

Durchblutung bis in die feinsten Äderchen sorgt. Wichtig: den Tee regelmäßig über einen längeren Zeitraum trinken.“ (17/2005, S. 78)

oder liefern als Außenstehende ihre Tipps ab; beispielsweise die ‚professionelle Partyplanerin‘ im Juniheft mit ihren Vorschlägen für eine „Sommerparty im Freien“ (14/2005, S. 88).

Ratschläge aus dem direkten Umfeld der Redaktion werden in den neueren Heften durch den: *Tipp unter Freundinnen* abgelöst. Je nach Kategorie werden darin redaktionelle Zusatzinformationen abgedruckt. Ein freundschaftlicher Zugang wird sehr augenscheinlich mitserviert. Gemeinsam mit dem Logo¹ entsteht der Eindruck, der Leserin würde ein Geheimnis anvertraut. So heißt es zum Beispiel zum Thema Kunst:

„[...] Kunst-Griff. Ihr Lieblingsbild ist von Monet, also unbezahlbar? Lassen Sie nachmalen (z.B. über www.leinwand.co.at) Oder leihen Sie: In Artotheken (in vielen Städten) können Sie Kunst auf Zeit mit nach Hause nehmen.“ (11/2006, S. 20)

oder zum Thema Modetrend:

„[...] Gewusst wie. Je bunter der Talisman-Mix, desto besser. Wenn Sie nicht zum Juwelier wollen: Fündig wird man auch auf Floh- und Perlenmärkten, in Secondhand-Shops oder online (www.belissio-shop.de; www.doritdesign.de).“ (22/2005, S. 12)

Die Hinweise wenden sich direkt an die Leserin, in Sie-Form, und verstehen sich als Ergänzung zum Fließtext. Eine besondere Betonung erhält das neue Element dadurch, dass es im *editorial* zum Neustart durch die stellvertretende Chefredakteurin extra eingeführt wird:

„Mit dem Tipp unter Freundinnen möchte ich Ihnen im Editorial zu unseren Geschichten weitere Anregungen liefern, einen anderen Blickwinkel aufzeigen oder einfach nur einen nützlichen Hinweis geben. Diese Tipps werden Ihnen von jetzt an in der freundin öfter begegnen. Nicht von mir, sondern von der Redaktion. Immer dann, wenn sie Ihnen etwas verraten will, was ungewöhnlich und besonders clever ist oder das Leben noch schöner macht.“ (20/2005, S. 3)

Hinter den Tipps steht also nicht eine – personalisierte – Freundin, sondern die freundin als Ganzes. Zusammengehalten wird das Element durch gestalterische Details: acht Zeilen Text, eine Überschrift, ein Logo, gemeinsam auf einen farbigen Klecks gedruckt. Freundschaft im Kurzformat. Das Element wird sparsam eingesetzt. Pro Zeitschrift finden sich etwa ein bis drei *Tipps unter Freundinnen*. Man scheint mit dem Eindruck von Exklusivität derartiger Insiderinformationen zu spielen.

Immer da sein, auch mit professioneller Hilfe. Ratschläge geben und im konkreteren Fall sogar *Tipps unter Freundinnen*. Mit diesen dazwischen gestreuten Hinweisen bewirbt sich die freundin als freundschaftstauglich und erinnert ihre Leserin dadurch permanent, wen sie gerade vor sich hat.

¹ Zeichnung: Die Frau links im Profil flüstert der rechten hinter vorgehaltener Hand etwas ins Ohr. Wobei die Hand auf der anderen (= der Betrachterin abgewandten) Seite ist. Vgl. Abb. 80, auf S. 116.

Inhaltliche Werkzeuge der freundschaftlichen Kontur

Neben dieser betont freundschaftlichen Textgestaltung bietet die inhaltliche Spezialisierung auf das Freundschaftsthema einen weiteren Anhaltspunkt auf die freundschaftliche Kontur der Freundin. Darunter fallen die Rubriken *Kontakt nonstop*, *Freundin tut es!* und *unter Freundinnen*. Zusätzlich spielt die Freundin in der Eigenwerbung – also in der Werbung von neuen Abonnentinnen – mit ihrem Namen.

Kontakte nonstop

Obwohl sich die Freundin durch unterschiedliche Hilfsmittel bemüht, den Ratschlägen, Aktionen und Gesprächen einer echten Freundin nahe zu kommen, bleibt sie lediglich ein standardisiertes Unterhaltungsmedium für ein vielschichtiges Publikum. Sie hat in ihrer Freundschaftsfunktion deutliche Grenzen: Sie kann nicht individuell auf Probleme eingehen, die Rahmenbedingungen der Freundschaft sind klar vorgegeben und nur in Ausnahmefällen verhandelbar: zum Beispiel ist klar definiert, wer ‚spricht‘ und wer ‚zuhört‘, also von wem die Informationen kommen und wer sie aufnimmt. Ein Positionswechsel – im Sinn einer gleichberechtigten Freundschaft – ist nicht vorgesehen. In ihrer Gestalt als Zeitschrift ist sie für Aktionen, für Aktivitäten nicht brauchbar. Ihre Chance besteht jedoch darin, als Vermittlerin aufzutreten – Gleichgesinnte können gefunden, Aktivitäten durch sie organisiert, Interessensverwandte vermittelt werden. „Zum Kennenlernen. Kontakte nonstop“ (u. a. 13/2005, S. 179) verspricht die Zeitschrift demgemäß. Es handelt sich um eine Partnervermittlung der besonderen Art, schließlich geht es nicht um irgendwen, sondern um eine neue beste Freundin:

„Sie suchen eine Freundin zum Quatschen, Shoppen...? Wollen Ihren Bekanntenkreis erweitern? Vielleicht sind Sie in eine neue Stadt gezogen und kennen noch niemanden? Schreiben Sie uns – und schauen Sie hier doch immer mal wieder vorbei. Dann klappt es mit den Kontakten – garantiert!“ (11/2005, S. 220)

Was sich wie der Werbetext für eine Partnervermittlungsseite liest, ist der Einstiegstext der Kontaktliste für mögliche zukünftige Freundinnen. Zuerst noch eine ganze, ab Heft 13/2005 eine halbe Seite ist für Freundschaftsangebote reserviert. Gleichbleibende Elemente sind die Überschriften und der farbig abgesetzte Einleitungstext. Nach den Anzeigen schließen sich die Kontaktadresse und ‚Spielregeln‘ (also wie man Anzeigen aufgeben oder wie man auf diese reagieren kann) an. Außerdem folgt der Hinweis, dass eine ausführlichere Kontaktliste auf Anfrage zugesendet wird, denn: „Aus Platzgründen können wir leider nicht alle Zuschriften veröffentlichen.“ (11/2005, S. 220) Ab Heft 22/2005 wurde die Reihe mit dem neuen Ressort *leichter leben* ersatzlos gestrichen.¹

¹ Die Freundinnen-Suche taucht allerdings im Online-Portal der Zeitschrift zu einem späteren Zeitpunkt wieder auf. Vgl. http://www.freundin.de/Leichter-Leben-liebe-psycho_434.html, vom 13. Februar 2009.

Zwischen sieben (halbe Seite) und 18 (ganze Seite) Anzeigen finden sich pro Ausgaben nach folgendem Schema: Vorname, Alter. (Zukünftiger) Wohnort, Familienstand, welche Frau wird gesucht? Kontaktmöglichkeit (per SMS , Post oder e-Mail). Gesucht werden sowohl einfach „nette Mädels [...]“, die gern ins Kino gehen, gern lesen über Gott und die Welt quatschen [...]“ (11/2005, S. 220) als auch eine „richtig gute Freundin, mit der man was unternehmen kann und die auch mal zuhört“ (11/2005, S. 220). In den Kontaktanzeigen zeichnet sich ebenfalls das vorgestellte Spektrum der Freundschaft, von der konkreten „besten Freundin“ bis zu den „netten Mädels“, ab.

Die gemachten Angaben lassen ablesen, welche Kriterien für die neuen Freundschaften wichtig sind: Neben dem Alter ist dies häufig ein gemeinsamer Wohnort (deutlich seltener wird eine Brieffreundin gesucht), der Familienstand und ähnliche Interessen. Meist sind diese Interessen nach dem Motto: „Lachen, Quatschen, Ausgehen, Bummeln“ (12/2005, S. 204) eher offen formuliert. Illouz beschreibt dazu im Kontext von Partnervermittlungsseiten im Internet das Phänomen, dass gerade die Suche nach einem einzigartigen Partner durch die Reduktion einer Person auf sprachlich ausdrückbare Eigenschaften zu einer „Uniformität, Standardisierung und Verdinglichung“¹ führt, was sich im Kontext der Freundschaftsgesuche bestätigen lässt. Die Suchenden sind zwischen 20 und Mitte 40 Jahre alt und sehnen sich nach einer aktiven, lebenslustigen Frau „mit der [man] über alles quatschen und auch viel unternehmen“ (12/2005, S. 204) kann. Die Anzeigen sind geprägt von unterschiedlichen Erwartungen an die neue Freundschaft, von Lust und Freude: „Ich möchte nicht länger allein mit dem Mountainbike unterwegs sein.“ (12/2005, S. 204); über Hilfe und Rat: „Ich suche Kontakt zu Existenzgründerinnen, um sich gegenseitig mit Rat und Tat zu unterstützen. Vielleicht kommt so ein bundesweites Netzwerk zustande.“ (12/2005, S. 204); bis hin zur *guten* Freundschaft: „Julia, 20, sucht gute, ehrliche Freundin [...]“ (12/2005, S. 204).²

Interessanterweise wird nicht einfach eine *Frau* zum Shoppen, Radfahren oder Tanzen gesucht, sondern konkret eine *Freundin*: „Humorvolle Freundin zum Ausgehen, Quatschen, Lachen, Inlinern, Shoppen, Sport, Kino im Raum München gesucht [...]“ (11/2005, S. 220) Die Annoncen sind zum Teil sehnsuchtsvoll formuliert („Ich wünsche mir eine gute Freundin zum Kirschkernelplücken“ (12/2005, S. 204)), andere erinnern eher an eine Stellenausschreibung: „Wenn du mit Sex and the City etwas anfangen kannst, dann bist du vielleicht die Richtige“ (11/2005, S. 220). Immer wieder geht es darum, dass die Suchenden nicht länger allein sein möchten bzw. Gefährten für gemeinsame Unternehmungen finden möchten. Für ihre neuen Freundinnen wird dann auch etwas geboten: „Biete Wochenenden in den Bergen“ (11/2005, S. 220) oder „Ich bin für fast alles zu begeistern“ (12/2005, S. 204) heißt es da.

¹ Illouz, Eva: Gefühle im Zeitalter des Kapitalismus. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2004. Frankfurt am Main 2006, S. 124.

² Diese Ideen von Freundschaft lassen sich auch in Anlehnung an Lust-, Nutzen- und ethischen Freundschaft nach Aristoteles aufgliedern. Vgl. dazu: Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glücksseeligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 29-54.



Abb. 8



Abb. 9



Abb. 10



Abb. 11

Im Unterschied zu Anzeigen aus dem Kontext von Partnerschaftsgesuchen sind die freundschaftlichen Annoncen sehr aktiv orientiert. Die Frauen beschreiben nicht sich selbst, in der Hoffnung, gefunden zu werden, sondern formulieren ein mehr oder weniger klares Idealbild einer gesuchten Person. Person deshalb, weil zwar der Großteil der Inserentinnen nach einer Freundin sucht, sich manche mit Begriffen wie „Leute“ (11/2005, S. 220) jedoch nicht grundsätzlich auf ein bestimmtes Geschlecht festlegen. Deziert männliche Freunde werden entweder nicht angefordert oder derartige Ansuchen nicht abgedruckt.

Die Neuen

Aus der Einführung von zwei neuen Rubriken nach dem Relaunch¹ lässt sich eine noch deutlich freundschaftlichere Färbung der Freundin herauslesen: Sowohl *freundin tut es!* als auch *unter freundinnen* tragen die verbale Anspielung auf das Freundin-Sein im Titel.

Mit Heft 21/2005 eingeführt, bietet *unter freundinnen* ein aufschlussreiches Untersuchungsmaterial, da in dieser Serie ganz bewusst über Freundschaften generell und ‚unsere‘ Freundschaft im Besonderen diskutiert wird. Die beiden Freundinnen², wenigstens eine davon prominent, werden zu Beginn mit Namen vorgestellt. Der Freundschaftsreport selbst ist als Interview abgedruckt, wobei sich die Frauen häufig gegenseitig ergänzen. Grundsätzlich wird die Stimmung vermittelt, dass die beiden sich schon ewig und durch und durch kennen. Die dazu gelieferten Bilder (das sind insgesamt drei an der Zahl) unterstreichen diesen Eindruck: Da wird gekuschelt, gelacht und gelümmelt. (Abb. 8-11) Diese unbeschwerte Leichtigkeit der Darstellung vermittelt die Vorstellung, es handle sich um ‚klassisch‘ beste Freundinnen im Pflichtschulalter:

„Erstaunlich, was ein großes, rotes Kissen mit zwei erwachsenen Frauen anrichten kann: Anna Maria Kaufmann, 42, und Barbara Ensinger, 50, kichern und albern beim Fototermin herum, als wären sie gerade im Teenageralter. Man merkt sofort: Die beiden sind schon ewig beste Freundinnen.“ (2/2006, S. 89)

¹ Siehe auch: Abschnitt: *Die Kontur im Wandel – Relaunch*.

² Im Untersuchungszeitraum handelt es sich immer um zwei Frauen, erst später wird die Serie als *unter freunden* weitergeführt, wodurch auch männliche Freundespaare auftreten.

Die Art der Inszenierung ließe sich mit Kurzenberger als „Schaudialog“¹ bezeichnen. Als Form von Theatralität inszeniere dieser:

„[...] Persönliches vor einem Millionenpublikum, entfaltet und suggeriert spontane Privatheit und gehorcht dabei doch festgelegten Funktionen, Rollenzuschreibungen und Spielregeln [...].“²

Die Themenwahl – „Lebenskrisen, persönliche Erfolge und Abstürze“³ – sei für den

„beabsichtigten Authentizitätseindruck dabei mindestens ebenso wichtig wie [...] das Non-Verbale, die vermeintlichen oder tatsächlichen unwillkürlichen Darstellungsmomente, wie sie sich in Gestik, Mimik und Stimme bei der körperlich situativen Selbstpräsentation zeigen [...].“⁴

Was Kurzenberger in diesem Zitat für Talk-Shows im Fernsehen ausspricht, lässt sich auf die freundschaftlichen Interviews übertragen. Die nonverbale Seite wird im Fall der Zeitschrift durch Fotografien erfüllt. Sie dienen der körperlichen Selbstpräsentation in einer Freundschaftssituation. Dabei lösen diese scheinbaren Momentaufnahmen „Assoziation von Authentizität und Augenzeugenschaft aus. Das Bild wird als Beweis angeführt, um für die Wirklichkeit zu argumentieren.“⁵ Dabei zeigen diese Bilder nicht nur eine Person als potenzielle Freundin, sondern können nur durch Gegenseitigkeit entstehen. Zwei Personen, die in ihrer Interaktion auf eine freundschaftliche Beziehung hinweisen:

„Wenn in dem Bildwerk, das wir vor uns haben, mehrere Menschen dargestellt sind, die agieren und in einer Handlung miteinander verbunden sind, dann gehen wir davon aus, dass ein Ereignis dargestellt wird, eine oder mehrere Episoden einer Geschichte.“⁶

Eine oder mehrere Episoden einer Freundschaftsbiografie nämlich, gemeinsam gesetzte Handlungen, das Sichtbarmachen der freundschaftlichen Innensicht. Auch wenn es sich durchwegs um erwachsene Frauen – meist jenseits der 30 – handelt, sind sie ausgesprochen jugendlich und dynamisch porträtiert. Es gälte, gemeinsam Spaß zu haben, zu vertrauen, sich blind zu verstehen. Auf Abbildungen in Gesprächssituationen wird fast gänzlich verzichtet: Man kennt sich, man teilt alles, man versteht sich auch ohne Worte, lautet die Bildbotschaft. Immer mit dabei auf den Fotos sind überdimensionale rote Polster, auf denen die Promis drapiert werden. Dieses Kuschelutensil verdeutlicht einen Ansatz von kindlichem, tiefem Vertrauen und erinnert an das Motiv von jugendlichen Pyjamapartys.

¹ Kurzenberger, Hajo: Theatralität. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 451-457, hier S. 454.

² Ebd. S. 454.

³ Ebd. S. 454.

⁴ Ebd. S. 452.

⁵ Helmbold, Ute: Bilder lesen lernen. In: Scholz, Martin (Hg.): Bilder lesen lernen. Wie werden Bilder rezipiert? (= Bildwissenschaft, Bd. 16). Wiesbaden 2005, S. 13-34, hier S. 30.

⁶ Büttner, Frank und Anna Gottdang: Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten. München 2006, S. 13.



Abb. 12



Abb. 13



Abb. 14

Die Fotos entsprechen dem Prinzip der Bildserie, „d.h. der Aneinanderreihung von Fotografien mit ähnlichem Motiv als eine Art stillgelegter Film.“ Drei Bilder pro Ausgabe, die tatsächlich wie Standbilder wirken. (Abb. 12-14) Diese Technik, so Schmidtke, „vermittelt sowohl ein hohes Maß an Dynamik beim Betrachten kompletter Bildserien als auch ein hohes Maß an Authentizität beim Betrachter.“¹ Versteht man diese Fotoshootings als rituelle Handlung – und dies erscheint durchaus legitim – so verlieren die beteiligten Personen zum Teil ihre Individualität und werden zu einem Spielball der Inszenierung:

„Das körperliche Handeln besitzt eine regelhafte Struktur, die ohne den Umweg über das Bewusstsein wirksam ist. Körperliche Aufführungen erzeugen ihre Regeln zu einem großen Teil selbst, wozu auf lange vorher erworbene Schemata und Körpertechniken zurückgegriffen wird. [...] Bevor die individuellen Teilnehmer an rituellen Aufführungen da sind, legen die Rituale bereits fest, welche rituellen Handlungen die einzelnen Ritualteilnehmer durchführen können.“²

Die Rahmenbedingungen sind festgelegt, die Inszenierungsstrategie ändert sich trotz unterschiedlicher Akteure vor und hinter der Kamera nicht wesentlich. Mit ein Grund, warum die Bilder in ihrer Ähnlichkeit als Serie erkennbar sind. Ein weiteres Merkmal der rituellen Inszenierung von besten Freundinnen ist im Bereich der Kleidung zu finden. Ein ähnliches Outfit ist ein Muss: Egal, ob das weiße T-Shirts zu Jeans und Sportschuhen oder bunte Hippie-Kleider sind – wenn sich zwei schon so einig sind, dass sie sogar ähnliche Sachen tragen, kann es sich eigentlich nur um richtige Freundinnen handeln, so die Bildbotschaft. Dazu die choreografierte Figur der Spiegelung: Ähnlichkeit, auch in der Geste und Haltung der Körper. Wie zwei Hälften ergänzen sich die Bilderfreundinnen zu *einer* Pose.

Bei einem genaueren Blick wirken diese Bilder nicht mehr so selbstverständlich: unbequeme Haltungen bequem inszeniert, choreografierte Lachanfälle und immer der Blick in die Kamera.³

¹ Schmidtke, Adrian: Körperformationen. Fotoanalysen zur Formierung und Disziplinierung des Körpers in der Erziehung des Nationalsozialismus (= Internationale Hochschulschriften, Bd. 483). Münster 2007, S. 123.

² Wulf, Christoph: Rituelles Handeln als mimetisches Wissen. In: Wulf, Christoph u. a.: Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen 2001, S. 325-338, hier S. 333.

³ Siehe auch: Abschnitt *Unter Freundinnen*.

freundin tut es! hingegen will offenbar ausdrücken, dass die Redaktion – bzw. stellvertretend eine der Journalistinnen – etwas ausprobiert, wovon manche Leserinnen träumen oder Angst haben könnten. In der Zeitschrift werden vorwiegend alltägliche, nahe, banale Themen ausgewählt und dem Lauf des Jahres entsprechend angeordnet. Dazwischen – und um den Unterhaltungswert zu steigern – sind jedoch außergewöhnliche, fremde, spannende Themen gestreut. Das lässt den Eskapismus, den Ausbruch aus dem Alltag, leichter voranschreiten. Ein Erlebnis aus zweiter Hand. Von der Freundin für ihre Leserin. Es handelt sich um ein Abenteuer auf Steckbriefgröße:

„freundin tut es! Die Mission. Künstlern Modell sitzen – nackt! Der Schauplatz. Ein Atelier in München. Die Freiwillige. Kristina Junker, 28, Redakteurin. Testergebnis. Wirkt enthemmend.“ (21/2005, S. 114)

Idee der Reportage: Eine Redakteurin ‚tut es‘, sie traut sich etwas auszuprobieren, wozu normalerweise eher der Mut, die Zeit, die Möglichkeit oder alle drei fehlen. Begleitet von einem Fotografen wird das Alltagserlebnis gesucht, gefunden und beschrieben. Die Reportage lässt die Leserinnen hautnah von der Planung bis zum Resümee teilhaben – wie ein spontaner Livebericht nach dem Motto: „Stell dir vor, was mir heute passiert ist!“

Im Lauf des Untersuchungszeitraumes – insgesamt stehen elf Artikel zur Verfügung – ändert sich der Grundton. Bei den beiden ersten Geschichten steht eine Sinnfrage im Mittelpunkt. Die Redakteurin probiert etwas aus, das Mut erfordert, das die Sicht auf das eigene Leben verändert. So lässt es zumindest die Einleitung vermuten: „Der ‚Age Simulator‘ macht’s möglich: einen Tag lang testen, wie man sich im Alter fühlt. Unsere Redakteurin hat es ausprobiert – und seither viele gute Vorsätze“ (24/2005, S. 117). Oder: „Wie fühlt es sich an, im Aktzeichenkurs Modell zu sitzen? Den nackten Körper fremden Blicken auszusetzen? Unsere Redakteurin wagte es und entdeckte völlig neue Seiten an sich“ (21/2005, S. 114). Später steht nicht mehr die Erkenntnis im Mittelpunkt, sondern der Showeffekt, aus der Mutprobe wird ein einmaliges Vergnügen, ein erfüllter Wunsch: Tanzen in einem Musical? Auf dem roten Teppich zur Bambi-Verleihung? Shoppen mit fremdem Budget? Kein Problem, *freundin tut es!* Es scheint das Erleben zu zählen, nicht die Nachhaltigkeit:

„Der Traum aller Frauen: groß einkaufen gehen, ohne selber zu bezahlen. Drei Freundin-Kolleginnen hatten jetzt die Chance dazu – und gerieten ins totale Shopping-Fieber.“ (11/2006, S. 133)

Statt einer Moral fürs Leben lautet das Testergebnis: „Dürfen wir noch mal?“ (11/2006, S. 133) Obwohl sich das Format wandelt, bleibt der Eindruck von exklusiver Freundschaftlichkeit. Wie in einer *richtigen* Freundschaft bekommt die Leserin von dem Ereignis berichtet: ein (beinahe) authentisches Erlebnis, mit realen Personen und mit Bildern belegten Erfahrungen.

Eigenwerbung - Eine Freundin, die nie ohne Geschenk kommt

Neben den inhaltlichen Werkzeugen in Form von Rubriken unter speziell freundschaftlichem Motto findet sich die nächste Ebene von Freundlichkeit in Anzeigen, die um neue Abonnentinnen werben. Im Untersuchungszeitraum gibt es dabei acht verschiedene Slogans, die unterschiedlich häufig zum Zug kommen. Im Schnitt sind in jedem Heft 2,8 Seiten dieser Eigenwerbung zu finden, wobei diese Zahl durch den Relaunch kaum beeinflusst wird. Was sich ändert, sind die Hauptslogans der Anzeigen.¹ Bis einschließlich Heft 20/2005 kommen fünf Slogans zum Einsatz, die abwechselnd verwendet werden. Später reduziert sich diese Zahl auf drei, ab Heft 3/2006 sogar noch weiter auf zwei.

Obwohl sich das inhaltliche Angebot der Abonnentinnenwerbung kaum verändert, findet parallel zum Relaunch eine Weiterentwicklung der Slogans durch eine stärkere Betonung des Freundschafts-Konzeptes statt. Heißt es zum Beispiel bis einschließlich Heft 20/2005: „6 x freundin plus 1 x wellfit + tolles Geschenk“ (u. a. 12/2005, S. 153), lautet das Schlagwort zu dieser Aktion in den neueren Ausgaben: „Eine, die gern Neues ausprobiert“ (u. a. 21/2005, S. 183). Während in den älteren Werbesprüchen die Zeitung bzw. ihr Werbevorhaben vorrangig kommuniziert wird, steht später die „Eine“ im Zentrum des Konzeptes: „Eine, die noch Danke sagt.“ (u. a. 25/2005, S. 216f) oder „Eine, die nie ohne Geschenke kommt.“ (u. a. 21/2005, S. 71) Wer die ‚Eine‘ ist, wird aus der Anzeige schnell klar: Die freundin wird zur Freundin.

Als Freundschaftsgaben werden Kleinigkeiten empfohlen – und Kitsch: Dinge, die man, so Mathy, in ihrer „Verschränkung zwischen Banalität und Preziosität“² nicht notwendigerweise braucht, die aber gerade deshalb als Geschenk Freude bereiten können. Mit der Auswahl der Abopremien hält sich die freundin an diese Vorgaben. Zur Bestellung erhalten die Neukunden wahlweise Mode-Schmuck, einen Taschenanhänger (Vgl. 21/2005, S. 71), eine Reiserolltasche, eine Damenuhr mit Wechselarmband (Vgl. 9/2006, S. 170f), ein Portemonnaie mit Swarovski-Kristallen (Vgl. 7/2006, S. 104f) oder ein Armband aus Perlen und geschliffenen Glasperlen (Vgl. 6/2007, S. 138f). Das Angebot variiert immer wieder, wobei einige Prämien länger im Sortiment bleiben. Im Ganzen umfasst den Bezug der freundin und der Schwesternzeitschrift wellfit (13 + 2 Ausgaben) für ein halbes Jahr sowie eine Prämie, die aus dem aktuellen Angebot gewählt werden kann. Dazu heißt es im Untertitel der Anzeige: „Abonnieren Sie 13 x freundin und verwöhnen Sie sich zusätzlich mit einem tollen Geschenk sowie 2 x wellfit.“ (u. a. 6/2007, S. 138f) Das Geschenk dient also dem Verwöhnen, gewissermaßen als Geschenk an sich selbst. Die Auftraggeberin kann zudem

¹ Die Slogans der älteren Ausgaben lauten (ihre Häufigkeit in Klammer): „freundin mit DVD – jetzt empfehlen und DVD-Player sichern!“ (3), „Die schönsten Prämien bekomme ich immer von meiner freundin. Jetzt einen neuen Abonnenten werben und tolle Prämie sichern!“ (6), „Die schönsten Geschenke bekomme ich immer von meiner freundin. 13 Ausgaben freundin plus 2 Ausgaben wellfit für nur 29,90 €“ (6), „6 x freundin plus 1 x wellfit + tolles Geschenk“ (3), „Jetzt die neue freundin testen! 6 Ausgaben freundin plus 1 Ausgabe wellfit für nur € 10,50“ (2).

² Mathy, Dietrich: Kitsch. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 281-284 hier S.282.

ankreuzen, ob sie die Freundin für sich selbst bestellt oder ob diese ebenfalls wiederum „zum Verschenken“ (u. a. 6/2007, S. 138f) gedacht ist. Außerdem bedankt sich die Freundin dann mit einer Prämie, wenn eine neue Abonnentin geworben wurde. Das Geschenk bekommt die werbende Kundin. In diesem Fall verwöhnt sich die Kundin nicht, sondern belohnt sich („[...] und belohnen Sie sich mit einer dieser tollen Prämien“ (u. a. 21/2005, S. 95)). Die ‚Belohnungen‘ unterscheiden sich jedoch nicht wesentlich von den ‚Geschenken‘. Zur Auswahl stehen beispielsweise ein Damen-Chronographen, eine Sporttasche oder eine Stereoanlage. (Vgl. 26/2006, S. 108f)

Das Schenken kann als Akt verstanden werden, der in seiner Gegenseitigkeit einer Verpflichtung gleichkommt. Diejenigen, die an diesem Akt beteiligt sind, werden aneinander gebunden. Dazu Barghop:

„Der Gabentausch ist eine soziale Praxis, die soziale Beziehungen von enormer Stabilität begründet. Da der Austausch von Gütern nicht punktuell, sondern zeitlich verschoben geschieht, stellen die Akte des Gebens, des Empfangens und des Erwiderns einer Wohltat ein Verhältnis der Gegenseitigkeit her, das von einiger Dauer sein kann.“¹

Obwohl im Zitat vom verpflichtenden Geben und Nehmen in einem Herrschaftsverhältnis die Rede ist, lässt sich die Idee einer verknüpfenden Verpflichtung auf die Abonnements umlegen. Einerseits besteht ein zweiseitiges Abkommen: Zeitschrift (und Geschenk) gegen Geld. Andererseits entsteht dadurch ein fixeres Band, die Leser-Blatt-Bindung wird verstärkt. Abonnenten sind Fixkäufer, die Umsatzzahlen sind nicht an spontane Kauflust in der Trafik angewiesen. Andererseits entsteht durch die regelmäßige Lektüre eine gewisse Gewöhnung auf Seiten der Leserin. Sie gewöhnt sich an ‚ihre‘ Freundin; eine Freundin mit Mehrwert nämlich, eine, „die nie ohne Geschenk kommt“ (u. a. 21/2005, S. 71).

In unregelmäßigen Abständen ‚beschenkt‘ die Freundin ihre Leserinnen mit Bonusmaterial. Dabei kann zwischen Beilagenwerbung, Produktproben und ‚Verlagszuckerln‘ unterschieden werden. Letztere bieten wohl den größten Kaufanreiz, es handelt sich dabei um CDs, DVDs, Sticker, Rezeptheft oder Heftchen mit Einkaufstipps², die am Cover zum Abnehmen befestigt und offenbar exklusiv für die Leserinnen verfügbar sind. Im Untersuchungszeitraum betrifft diese Maßnahme neun Ausgaben. Weitere Auslöser für einen Kauf der Freundin können Produktproben sein, auch wenn hier der Werbenutzen für den Anzeigenkunden im Vordergrund stehen dürfte. Durch ihre Anbringung an eingeklebten Anzeigenseiten innerhalb der Zeitschrift sind sie außerdem nicht sofort erkenntlich. In durchschnittlich zwei von drei Ausgaben ist im Untersuchungszeitraum mindestens eine Produktprobe zu finden.

¹ Barghop, Dirk: Schwierige Kommunikation: Gabentausch im frühen Prinzipat. Senecas „De beneficiis“ und die „Therapie“ der Patronage. In: Dülmen, Richard van u. a. (Hg.): Neue Blicke. Historische Anthropologien in der Praxis. Wien. u. a. 1997, S. 51-70, hier S. 53.

² 13/2005: jogging und nordicwalking (CD-Rom), 24/2005: Himmlische Plätzchen (Rezeptheft), 1/2006: 42 Geschenk-Sticker (Aufkleber), 3/2006: Für immer schlank (Diät-Ratgeberheft), 4/2006: Romantic Love Songs (CD), 5/2006: 333 Accessoires unter 100 €. Für einen tollen Sommer (Modeheft), 7/2006: Kerner's Köche (DVD), 9/2006: Bikinifigur in 14 Tagen (Diät-Ratgeberheft), 10/2006: Café del Mar (CD).

Bonusmaterial in Form von Werbebroschüren findet sich, mit vier Ausnahmen, in jeder Ausgabe. Unter dem Begriff ‚Beilagenwerbung‘ werden schmale Kataloge, Rezepthefte, Bestellkarten, Ernährungsratgeber etc. zusammengefasst. Diese sind entweder direkt in das Heft eingebunden oder werden lose beigelegt. Durch ihre Gestaltung sind sie als Werbematerial deutlich erkennbar.

Ein Resümee

Freundschaft, als moderne Tendenz einer konservativen Positionierung, erlangt in der freundin einen besonderen Stellenwert. Schon der Titel der Zeitschrift ist ein deutlicher Hinweis darauf, aber auch das mitgelieferte Freundschaftsbild misst diesem Thema eine besondere Bedeutung bei:

„freundin ist als Begriff absolut positiv belegt: In einer Gesellschaft, in der das klassische Familienbild immer seltener der Realität entspricht, ist Freundschaft eine der wenigen Konstanten im Leben. Freundinnen begleiten und unterstützen sich oft über Jahrzehnte, coachen sich gegenseitig und probieren gemeinsam Neues. Ob Mode, Schönheit, Ernährung, Reisen, Beruf oder Unterhaltung – zusammen macht Entdecken mehr Spaß!“¹

Es wurde gezeigt, wie die Kontur der freundin auf mehreren Ebenen dazu beiträgt, aus der Zeitschrift ein freundliches Medium zu machen, insbesondere über den deutlichen Themenschwerpunkt Freundschaft sowohl in der Themenwahl, als auch in der Ausformulierung der einzelnen Texte. Die Redakteurin spricht mit der Leserin wie mit einer Vertrauten, informiert sie über angeblich private Inhalte ihrer Freizeit. Über die thematische Betonung der Freundschaft manifestiert sich ein moderner Anspruch, auffallend v.a. in der Zunahme dieser Themenwahl nach dem Relaunch.

Als Ratgeberin versucht die Zeitschrift mit einer breiten Streuung der Berichte in jeder Situation für ihre Leserin da zu sein – ein Anspruch, wie er von FrauenFreundschaft häufig ebenso erwünscht wird² – wie die wiederholt anzutreffende Feststellung, dass eine Freundschaft etwas bringen müsse³, und zwar für alle beteiligten Seiten. In der freundin ist dies auf der einen Seite die Leserin, idealerweise als Abonnentin. Sie bringt Geld, Anzeigenkunden und Status. Im Gegenzug wird ihr dafür etwas angeboten. Neben dem Mehrwert der Unterhaltung sind dies immer wieder kleine Geschenke und Aufmerksamkeiten, Gewinnspiele und Preisausschreiben, die eine vermeintliche Wechselseitigkeit offerieren.

¹ Vgl. <http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 21. Februar 2008.

² Vgl. u. a. Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 30.

³ Vgl. u. a. Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glücksseeligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 32f.

4. Die Blattlinie – Freundin im Jahreslauf

Brauch und Feiertage strukturieren den Kalender. Sie schaffen für den Menschen Anfänge und Abschlüsse und helfen die immerwährende Aufeinanderfolge von Tagen sinnvoll zu schematisieren. Der „[...]Wechsel der Jahreszeiten gehört zum ‚natürlichen‘, also *ordnungsgemäßen* Programmablauf eines Jahres.“¹ Dieser „kulturelle[n] Setzung“², wie Köck sie bezeichnet, bedient sich die Freundin als formales Gerüst: Sie folgt der Leserin mit einer scheinbar natürlichen Themenfolge als Servicemagazin durchs Jahr. Die Einteilung zieht sich durch das gesamte Heft: vom Modeteil, über Rezepte und Interviews, bis hin zu speziellen Tipps. Vor allem Feste und Bräuche, aber auch wetterabhängige Schwerpunkte konstruieren ein Netz an Fixpunkten, wie es für die Zielgruppe als vertraut, als geläufig anzunehmen ist. Die Zeitschrift bekommt seriellen Charakter, die Leserinnen werden ermuntert, dem natürlichen Verlauf des Jahres zu folgen. Dabei ist die Ausrichtung an den Jahreszeiten ebenso kulturell als vermeintlich natürliche Ordnung angeeignet, wie die Konstruktion der Jahreszeiten an sich³.

4.1. Der saisonale Aufbau als formales Gerüst

Dass sich der Zeitschriftenmarkt insgesamt dieser Ordnung bedient, verdient vor allem dort Beachtung, wo sich diese scheinbar natürliche Abfolge der Jahreszeiten kaum mehr bemerkbar macht: Supermärkte führen das ganze Jahr über eine ähnliche Produktpalette. Büro- und Wohnräume sind ganzjährig gleich bleibend temperiert. Die Arbeitsalltage werden weniger nach den Jahreszeiten als nach anderen Regeln der Stoß- und Leerzeiten strukturiert. Gerade wenn eine größere „physische Distanz zu den konkreten Jahreszeitercheinungen erkennbar“⁴ ist, kommt es in bestimmten Bereichen, vor allem im medialen und Konsumdiskurs, zur Betonung einer vermeintlichen Natürlichkeit, darauf weist Köck hin⁵:

„Shopping Malls, Galerien und Passagen versuchen einerseits, das jahreszeitenunabhängige Kaufen zu ermöglichen, sind aber gleichzeitig stark auf eine jahreszeitenabhängige Konsumhaltung angewiesen. In der Konsumpraxis wird die Vorstellung von der vorindustriellen viergliedrigen Jahreszeiteinteilung transformiert [...]“⁶

Konsumenten werden somit auf eine ‚naturgegebene‘ Art saisonal bedient, ohne tatsächlich an diesem Jahreskreislauf partizipieren zu müssen.

¹ Köck, Christoph: Bilderbuch-Natur und verrückte Natur. Strategien und Konsequenzen der kulturellen Gestaltung von Jahreszeiten. In: Brednich, Rolf Wilhelm u. a. (Hg.): Natur – Kultur, S. 92.

² Ebd. S. 92.

³ Vgl. Ebd. S. 92.

⁴ Köck, Christoph: Winterfest. Zur komplementären Gestaltung von Jahreszeiten in städtischen und ländlichen Umwelten. In: Lauterbach, Burkhard und Christoph Köck (Hg.): Volkskundliche Fallstudien. Profile empirischer Kulturforschung heute (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 22). München 1998, S. 187-209, hier S. 208.

⁵ Vgl. Ebd. 206-208.

⁶ Ebd. S. 207.

Die Blattlinie der Freundin ist jedoch nicht auf vier Jahreszeiten festgelegt: Mit Sommer-Urlaub und Weihnachts-Winterzeit lassen sich zwei Hauptsaisonen hervorheben, die Zwischenzeiten sind großteils mit Hinweisen auf diese beiden Zeitabschnitte gespickt. Diese Betonung von zwei Perioden ist keine Erfindung der Medien:

„So war das bäuerliche Jahr in Mitteleuropa keineswegs ‚immer‘ viergliedrig, sondern teilte sich etwa zu Beginn der Renaissance in zwei Hauptphasen, in Sommer- und Winterperiode.“¹

Im Zusammenhang mit dem Jahresablauf in der Zeitschrift kann daher im Sinne Köcks statt von vier Jahreszeiten vielmehr von einer Einteilung gesprochen werden, die als „stärker individueller erfahrbare und gestaltbare Saison die Funktion der Jahreszeit als zeitliches Orientierungsschema“² übernimmt.

So wie die Freundin auf Saisonen als allgemeines, ‚natürliches‘ Ordnungsprinzip zurückgreift, so nützt sie diese moderne Erzählung der traditionellen Jahresstruktur parallel für das Freundschaftsthema. Wie und warum sich die Zeitschrift dieser Erzählweise bedient, obwohl der Ablauf der Jahreszeiten in unserer heutigen Gesellschaft eine untergeordnete Rolle spielt, wird im folgenden Abschnitt hinterfragt.

4.2. Freundschaft im Jahreslauf

Gibt es typische Freundschafts-Situationen? Situationen, in denen es besonders wichtig wird, Freundinnen um sich zu haben? Aktivitäten, die eher mit Freunden als mit der Familie in Verbindung gebracht werden? In der Freundin gibt es derartige Gelegenheiten; die Freundschaftszeiten weisen saisonale Höhen und Tiefen auf.

Das Jahr der *idealen* Freundschaft beginnt im Frühling. Dann steht mit Ostern in der Freundin der erste freundschaftliche Höhepunkt des Jahres ins Haus. Es wird eingeladen, besucht und geschlemmt. „Fröhlicher Osterbrunch. Entspannt feiern – mit Familie, Freunden und einem köstlichen Buffet.“ (8/2006, S. 165) Zu Ostern werden ausnahmsweise Freunde *und* Familie ins Bild genommen. Nach dem Frühlingsfest wird die Familiengründung im Vordergrund gerückt: „Ja, ich will. Das große Hochzeits-Special“ (10/2006, Titelseite) bietet auf 25 Seiten unzählige Ratschläge für ein perfektes Fest. Und obwohl Hochzeiten landläufig als Familienfeste gelten, spielen in der Freundin die Freundinnen die Hauptrolle:

„Eine Hochzeit ist zwar vordergründig ein Fest der Liebe zwischen einem Mann und einer Frau, in Wahrheit aber feiert die Braut sich und ihre Freundinnen. Die ihr am Morgen per Handy Mut zusprechen, wenn sie nervös ist. Die ihr beim Anziehen helfen. Die Geschenke entgegennehmen. Die herzerreißende Reden halten. [...] Die dafür sorgen, dass es ein wunderschönes Fest wird.“ (10/2006, S. 82)

¹ Köck, Christoph: Winterfest. Zur komplementären Gestaltung von Jahreszeiten in städtischen und ländlichen Umwelten. In: Lauterbach, Burkhard und Christoph Köck (Hg.): Volkskundliche Fallstudien, S. 207.

² Ebd. S. 207.

Während auf den Modeseiten noch in (fast) jedem Bild ein Bräutigam zu sehen ist, werden im Hochzeits-ABC Freundschaften in den Mittelpunkt gerückt. Die Braut wird mit ihren besten Freundinnen oder mit den Freunden des Bräutigams gezeigt. Es ist die Trauzeugin, die nicht nur beim Anziehen hilft, sondern als ‚beste Freundin‘ auch die letzten Zweifel vor der Zeremonie ausräumt. (Vgl. 10/2006, S. 81) Schon im Vorfeld wird an die Freunde und Freundinnen gedacht: Zum Beispiel, indem man sich mit der Organisation eines Stillraumes „die ewige Dankbarkeit aller junger Mütter in Ihrem Freundeskreis“ (10/2006, S. 84) sichert, oder indem man dafür sorgt, dass am Hochzeitstag kein Schnaps an die Freunde des Zukünftigen ausgeschenkt wird:

„Weil die Jungs nüchtern echt in Ordnung sind – nein, im Ernst: total nett, seine Freunde[...]. Aber wenn die Jungs Schnaps getrunken haben, hat man in der Regel mehr Spaß als man haben möchte.“ (10/2006, S. 82)

Wenn das alles erledigt ist, kann die Braut sich und ihre Freundinnen feiern. Da kommen

„Unsere Lieder‘ (die, bei denen Sie und Ihre Freundin in den vergangenen Jahren jedes Mal kreischend auf die Tanzfläche gerast sind; Favorit in dieser Kategorie ist ganz klar ‚It’s raining men‘)“ (10/2006, S. 84)

gerade recht. Ach ja, und bevor dies in der ausgesprochen freundlichen Berichterstattung vergessen wird: „Die Anwesenheit des Bräutigams ist natürlich trotzdem eine schöne Dreingabe.“ (10/2006, S. 82)

Gleich nach dem Hochzeitsmonat Mai werden die Picknickdecken ausgewintert. Denn: „Mit Freunden zum Picknick? [...] Egal ob im Park oder am Strand – für ein Picknick sind wir immer zu haben.“ (11/2006, S. 229) Gemeinsames Essen im Freien, spontan oder auch einmal aufwändiger vorbereitet, auf jeden Fall unkompliziert. Es gilt als das „Schönste am Sommer: draußen essen. Also, Decke einpacken und raus auf die Wiese.“ (17/2005, S. 144) Man trifft sich nicht des opulenten Essens wegen, sondern um Leute zu treffen, Spaß zu haben, sich zu unterhalten. Das Picknick wird als unkompliziert präsentiert, es gibt keinen Knigge (wie für Weihnachten oder das Grillfest), und die Rezeptvorschläge sind zwar „lecker“ aber auch „schnell“ (17/2005, Titelseite) zubereitet. Doch selbst wenn das Picknick immer wieder mehr oder weniger prominent platziert wird, gerät es im Vergleich zum Sommerfest ins Hintertreffen:

„Die Partys finden natürlich unter freiem Himmel statt. Nicht als mickriges Picknick, sondern als großes Gourmetfest – als Dinner for two oder mit vielen Freunden, im Garten oder im Park unter großen romantischen Bäumen.“ (16/2005, S. 8)

Schließlich steht die Freundin in den Sommermonaten ganz im Zeichen von Partys und Grillfeiern. „Sommerzeit ist Partyzeit [...] Ganz gleich, ob Sie inhouse Ihren Geburtstag zelebrieren, ein extravagantes Gartenfest planen oder einfach nur so mit Freunden abfeiern wollen [...]“ (11/2005, S. 219), die Zeitschrift hat die passenden Tipps parat. Unter einer Party wird nicht unbedingt nur ein zwangloses Beisammensein verstanden, denn: „[...] von Dresscode bis Smalltalk – kleine Fettnäpfchen lauern überall.“ (11/2006, S. 234) So wird „für

nette Gäste“ genauso wie „für liebevolle Gastgeber“ von der Einladung bis zum Bedanken detailliert aufgelistet, was es zu beachten gibt. (Vgl. 11/2006, S. 234) Hat man diese Hürden der Etikette überwunden, steht einem ausgelassenen Fest nichts mehr im Weg, so die Freundin. Die dazugelieferten Fotos zeigen immer eine Reihe junger Menschen, die sich sommerlich (und spärlich) bekleidet um einen Grill versammeln, dazu ein paar bunte Getränke und es wird getanzt. Wenn es um die Anzahl der Gäste geht, so umfasst eine durchschnittliche Freundin-Party in etwa 20 bis 25 Freundinnen und Freunde. (Vgl. 14/2005, S. 88.) Wer kommt auf die Gästeliste?

„Alle, die Sie gern mal zusammenbringen wollen, z. B. unterschiedliche Freundeskreise. Laden Sie unbedingt zwei bis drei Kommunikationstalente ein. Super Barrierebrecher zum Kennenlernen: Spiele mit Kontaktgarantie.“ (14/2005, S. 88)

Das Vergnügen aller wird zur Aufgabe der Gastgeberin gemacht. Denn: „Achten Sie darauf, dass niemand allein steht, und stellen Sie Ihre Freunde einander vor, etwa mit dem Hinweis auf gleiche Berufe oder Hobbys.“ (14/2005, S. 88) Neben den geladenen Freunden gibt es noch ein paar andere, nämlich „gute Freunde“ (14/2005, S. 88). Für diese Bezeichnung qualifizieren sich jene, die schon bei den Vorbereitungen helfen.

Passend zur Urlaubszeit werden die Freundinnen auf Reisen geschickt. Denn: „Ausflüge zu zweit bringen frischen Wind in die Freundschaft.“ (24/2005, S. 113) Gefragt sind vor allem *unkomplizierte* Kurztrips übers Wochenende: ins Gebirge, in eine Stadt oder zur Erholung in ein Wellnesshotel. Vor allem Reisetipps und Gewinnspiele bieten ein Forum für derartige Unternehmungen. Ein Gewinn lädt beispielsweise:

„[...] Sie und eine Begleitperson für ein Wochenende nach London ein. Kleiner Tipp: Nehmen Sie Ihre beste Freundin mit – denn London ist auch ein Shopping-Paradies.“ (17/2005, S. 159)

Für Schweiz-Urlauberinnen wird ein eigenes Programm für beste Freundinnen beworben: „Beim ‚Best Friend Shopping‘ in Luzern zeigt eine Mode-Expertin die besten Läden der Stadt – mit Blick hinter die Kulissen.“ (24/2005, S. 164) Ist statt einer neuen Garderobe Entspannung und Erholung geplant, so nimmt man die beste Freundin ganz einfach mit: „Sie brauchen dringend Ausgleich in netter Gesellschaft. Spendieren Sie sich und ihrer Freundin ein Wellness-Weekend – das hebt das Energie-Level.“ (9/2006, S. 252) Für größere Runden schlägt die Freundin ein Wochenende im Gebirge vor: „Das Ziel: Fünf Freunde wollen ein lustiges Wochenende auf der Berghütte verbringen. Der Proviant: Knabberzeug, Obst, Brot, Spaghetti, eine Kiste Bier, Spiele [...]“ (20/2005, S. 132) Also Shopping, Wellness, Gebirge – und Strand: Wenn es Zeit wird, den Sommerurlaub zu buchen, tummeln sich die Akteurinnen am sommerlichen Strand. Es geht vor allem um die Inszenierung von Ferienstimmung, Spaß und Ungezwungenheit. Das zweite Motiv, wenn der Sommer im Leseland im Abklingen ist, deutet auf die Strände Norddeutschlands hin. Der Strand als Spazierweg – Wind und raues Wetter verstärken den sichtbaren Kuscheleffekt unter den Bilderfreundinnen. (Abb. 15)

Nach einem ruhigen Herbst ist im Advent in der Vorbereitung des *Familienfestes* Weihnachten Schluss mit freundschaftlicher Gemütlichkeit. Geschenke müssen besorgt, das Fest geplant werden. Während man sich selbst um die Weihnachtsvorbereitungen kümmert, gilt es die Freundin vor diesem Stress zu bewahren: „Wenn Schwester oder Freundin auch schnell in die Adventsstressfalle tappen und Sie anzustecken drohen, nette Postkarten schicken, z.B. „Gönn dir Ruhe‘ mit zwei Ohrstöpseln.“ (26/2005, S. 118)



Abb. 15

Als Vorbereitung auf das Fest macht man es sich in einer lustigen Runde noch einmal gemütlich.

„Sie lieben Weihnachtsfilme [...]. Dann feiern Sie den vierten Advent mit Freunden doch draußen. Glühwein und Würstchen sind die idealen Stimmungsmacher. Warm einpacken und ab aufs Eis. Denn Sport sorgt für Endorphine und macht glücklich.“ (26/2005, S. 118)



Abb. 16

Im Gegensatz zum Osterfest sind Freunde zu Weihnachten in der medialen Inszenierung nicht vertreten und das Fest wird in anderem Licht gezeigt: inszenierte Wärme statt locker-freundschaftlicher Gemütlichkeit. Bildlich steht rund um Weihnachten eindeutig die Familie im Mittelpunkt. Besonders fällt dies im Vergleich der beiden Modestrecken „Legerer Look für die Weihnachtsfeiertage“ und „Partyoutfits für Silvester“ auf. (Vgl. 26/2005, S. 26-33 und 1/2006, 26-33) Die Darstellung von Weihnachten? Mutter, Vater, Bruder, Schwester. Die Bilder erinnern an Erinnerungsfotos aus dem Familienalbum: die Familie Hand in Hand beim Weihnachtsspaziergang, beim Musizieren, unterm Weihnachtsbaum, beim Überreichen der Geschenke. Ein Kuss unterm Mistelzweig rundet die Serie ab. (Abb. 16-18) Beim Silvestershooting hingegen ist eine größere Gruppe junger, ausgehfeiner Menschen abgebildet. Zwei Männer und vier Frauen ziehen durch die Straßen bzw. feiern augenscheinlich bis zur Erschöpfung. Es wird getrunken und getanzt, gesungen, telefoniert und gekuschelt. Die Darstellung eindeutiger Paarungen wird vermieden. Offenbar soll gezeigt werden, dass es sich um lauter (gleichberechtigte) gute Freunde handle. (Abb. 19 und 20) Während das Familienfest gemütlich-romantisch choreografiert ist, wird Silvester als exzessive und ungezwungene Party gezeigt.



Abb. 17

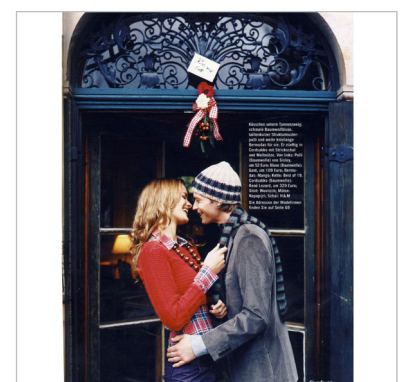


Abb. 18



Abb. 19



Abb. 20

Im *idealen* Freundschaftsjahr der Zeitschrift spielen kulinarische Momente eine wesentliche Rolle. Statt alleine zu essen, werden Freundinnen eingeladen, wird mit Freunden gefeiert. Feste werden nicht nur gemeinsam gefeiert, sondern auch miteinander organisiert. Während das Weihnachtsfest als Familienfest mit Stress und Perfektion gleichgesetzt wird, stehen die Freundschaftsfeste Ostern und Silvester im Zeichen von Entspannung, Spaß und Gemeinsamkeit. Ein aufwändig serviertes Menü wird ersetzt durch ‚Essen mit Beteiligung‘. Zum Beispiel in Form von Fondues oder beim buffetartigen Brunch, wo jeder sich selbst und die anderen bedient. Das Fest entsteht durch das Zelebrieren eines Gemeinschaftserlebnisses. Um zu einem freundschaftlichen Erlebnis zu gelangen, sind in der Freundin die Menschen ebenso wichtig wie die Perfektion der kulinarischen Präsentation.

Saisons der Freundschaft

Wann Freundinnen für jede einzelne Leserin persönlich am wichtigsten sind, ist eine Frage, die eine Zeitschrift wohl kaum zufrieden stellend behandeln kann. Die Freundin greift daher auf ein verallgemeinerndes Stilmittel zurück und kombiniert Freundschaft mit saisonalen Ereignissen, die schon aus Aktualität die Alltagserfahrungen der Leserschaft treffen müssten. Es handelt sich dabei um dieselben Zeiten, die Gyr für Kitsch benannt hat, nämlich jene wie Weihnachten, Ostern oder Hochzeiten „wo sich besondere Zustandsveränderungen kulturell fixiert haben [...]“.¹

Der Alltag wird zum Thema, mit Betonung von Frei-Zeiten und Hoch-Zeiten. Diese werden dem Schwerpunkt der freundschaftlichen Berichterstattung gemäß aufbereitet. Aus dem Hochzeitsfest wird ein Fest der Freundinnen, aus dem Sommer die ideale Zeit für laue Abende im Freundeskreis. Die festliche Darstellungsweise bietet Projektionsfläche für unterschiedliche Ressorts der Zeitschrift: Kochrezepte, Kleidungstipps, und Ratgeberelemente runden die Geschichten ab. Diese freundschaftlichen Erzählungen bekommen durch zwei Motive ihren Platz im Jahreslauf zugeordnet: einerseits durch das Wetter (also wetterbedingte Saisonsen) und andererseits durch saisonal verankerte Feste und Feiertage. In der Verbindung

¹ Gyr, Ueli: Kitschbilder? Bilderkitsch? Gedanken zur Bildsteuerung im Kitsch. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 357-365, hier S. 362.

von saisonaler Berichterstattung und den dazugehörigen Fixpunkten werden zielgruppenspezifisch akzeptierte Normen sichtbar. Dazu Köck:

„Jahreszeiten oder saisonale Einteilungen, dies klingt banal, sind also zunächst ein handlungsleitendes *zeitliches* Ordnungsschema. Über die *Bilder* von Jahreszeiten werden darüber hinaus weitere normative Vorstellungen transportiert.“¹

Unter die jahreszeitlichen, wetterbedingten Hoch-Zeiten fallen vor allem die sommerlichen Bilder von Picknicks, Sommerfesten im Freien und Grillpartys. Diese Themenwahl beschränkt sich nicht auf ein bestimmtes Datum, sondern auf bestimmte Wetterbedingungen, die im Sommer am ehesten zu erwarten sind. Ebenfalls ist in diesem Zusammenhang an das Stichwort ‚Urlaub‘ zu denken. Zwar muss nicht im Sommer Urlaub gemacht werden, auf Grund von Schulferien etc. sind die eingebürgerten Hauptsaisonen vor allem in den angesprochenen Zielorten dennoch zu dieser Jahreszeit üblich; Und die Medien – gemeinsam mit ihren Werbekunden – reagieren auf diese Tendenz. Sie „[...] bereiten ihre Rezipienten gewissenhaft auf die Jahreszeiten vor und betreuen sie während der Saison.“² Die Leserinnen werden mit saisonal passenden Bildern versorgt, die nicht nur ihren momentanen Erlebnishorizont treffen (heißes Wetter, Urlaubszeit, etc.), sondern auch als (Kauf-)Anregung und als Bühne für die Werbeauftritte der Anzeigenkunden dienen.

Als zweites Motiv sind saisonal wiederkehrenden Feiertage, wie Ostern, Advent und Silvester, als Strukturelemente des freundschaftlichen Jahresablaufes zu nennen. Diese Feierlichkeiten sind kulturell als normative Fixdaten festgelegt: Auch dann, wenn Ostern oder Advent nicht als Ausdruck von religiösem Glauben gefeiert werden, sind sie doch als fixer (Konsum-)Termin innerhalb des Jahres verankert. Denn, darauf verweist Köck, neben diversen Medien sorgen schon allein (Konsum-)Institutionen und Schulen für diese zyklisch wiederkehrende Ordnung.³

Ein Schwerpunkt, der im freundschaftlichen Jahreskreislauf breiten Raum einnimmt, fällt aus dieser Zweiteilung heraus: die Hochzeit. Zwar kommt das Themenspecial erwartungsgemäß im ‚Wonnemonat Mai‘, ist genau genommen dort aber weder auf Grund besonderer Wetterbedingungen noch wegen eines fixen Festtags verankert. Im Gegenteil: Geheiratet wird das ganze Jahr über. Im Vergleich zum Geburtstagsfest wird die konstruierte Verknüpfung zwischen dem Bild einer Traumhochzeit und dem ‚Wonnemonat‘ deutlich: Geburtstage werden häufig mit Freunden gefeiert, sie finden ebenfalls das ganze Jahr über statt. Im Unterschied zur Hochzeit existiert jedoch kein sprichwörtlicher Zeitpunkt für das Geburtstagsfest. Demzufolge ist es im medialen Jahreslauf nicht verortbar und kommt tatsächlich auch in der Freundin nicht ausdrücklich vor.

¹ Köck, Christoph: Winterfest. Zur komplementären Gestaltung von Jahreszeiten in städtischen und ländlichen Umwelten. In: Lauterbach, Burkhard und Christoph Köck (Hg.): Volkskundliche Fallstudien, S. 208.

² Köck, Christoph: Bilderbuch-Natur und verrückte Natur. Strategien und Konsequenzen der kulturellen Gestaltung von Jahreszeiten. In: Brednich, Rolf Wilhelm u. a. (Hg.): Natur – Kultur, S. 103.

³ Vgl. Ebd. 101-105.

FrauenFreundschaft als natürliche Norm

Die Gliederung des Jahres nach den Jahreszeiten geht in die Zeit der Romantik zurück:

„Jahreszeiten, die seit der Renaissance und stärker noch seit der Romantik in Mitteleuropa als viergliedrige Aufteilung des Jahreslaufs gesehen werden, gelten heute als eine quasi-natürliche Zeitordnung des Alltags.“¹

Die Jahreszeiten sind demnach zu einer Zeit normiert worden, wo die Naturalisierung des Alltags, der Gefühls- und Beziehungswelt ihren Anfang hatte.² Zugleich handelt es sich um jene Zeit, in der sich FrauenFreundschaft als eigene Beziehungsform, öffentlich und diskursiv, etablierte.

FrauenFreundschaft, so eine mögliche Lesart dieser Parallele, wird durch diesen Brückenschlag in die Romantik über das Motiv der Natürlichkeit, der gegebenen Norm als besondere Beziehungsform herausgehoben. So wie das Bild des romantischen Landlebens nicht ohne Jahreszeiten auskommt, „während die industrielle Praxis dieses Prinzip beiseite gedrängt hat und versucht, von Jahreszeiten unabhängig zu sein“³, lassen in der Darstellung von FrauenFreundschaft Natur und Sinnlichkeit als Elemente eines romantisierten Idealbildes Emotionen sprechen und widersprechen gleichzeitig einer Rationalisierung der freundschaftlichen Verhältnisse. Ähnlich dem Bild von den Anfängen der Kaffeehäuser, in dem geschäftemachende Männer den klatschsuchtigen Frauen gegenübergestellt wurden⁴, kann FrauenFreundschaft als Gegenüberstellung zum industriellen Ernst der Geschäftswelt, der Pflicht und des Verstandes aufgefasst werden.⁵ Auf der anderen Seite bekommt mit dieser Erzählstrategie, mit der Einbettung von Freundschaft in einen scheinbar natürlichen Jahresablauf, die Tatsache, dass man Freundinnen/die Freundin habe, den Charakter einer Natürlichkeit, einer selbstverständlichen Ordnung. Freundinnen – aber auch die Freundin – zu haben, wird als eine ebensolche Normalität inszeniert, wie es die erlernte Abfolge der Jahreszeiten mit den dazugehörigen Festen ist. Dadurch wird der Anspruch, bestimmte Situationen (wie Feste oder Reisen) mit Freundinnen und Freunden zu verbringen, als gebräuchlich, als *normal* verbreitet – während es in einem traditionelleren Rollenverständnis vermutlich die Familie bzw. der Partner wäre, der diese Rolle einnähme.

Die hier gewählte Vorgehensweise legt einmal mehr die Annahme nahe, dass dieses Medium versucht, über die Ausdehnung der Beziehungsberichterstattung in den Bereich Freundschaft die Bandbreite der angesprochenen Zielgruppe möglichst weit zu modernisieren. Diese Hypothese wird unterstützt durch die Beobachtung Kaufmanns, der an bestimmten Orten und

¹ Köck, Christoph: Bilderbuch-Natur und verrückte Natur. Strategien und Konsequenzen der kulturellen Gestaltung von Jahreszeiten. In: Brednich, Rolf Wilhelm u. a. (Hg.): Natur – Kultur, S. 92.

² Vgl. Köck, Christoph: Winterfest. Zur komplementären Gestaltung von Jahreszeiten in städtischen und ländlichen Umwelten. In: Lauterbach, Burkhard und Christoph Köck (Hg.): Volkskundliche Fallstudien, S. 208.

³ Vgl. Ebd. S. 206.

⁴ Siehe auch: Abschnitt 5. *Szenario: Kaffee und Kuchen*.

⁵ Diese Abbildung von FrauenFreundschaft als *nicht ernstzunehmende* Verbindung ist in der Freundin vermutlich nicht beabsichtigt, zeigt aber, wie rasch es zu einem derartigen „Doing Gender“ kommen kann.

Zeiten einen „erhobenen Zeigefinger“¹ erkennt, welcher der emanzipierten – eigentlich glücklichen – Single-Frau dennoch bewusst werden lasse, dass sie gegen eine erwünschte Gesellschaftsnorm lebe. „Es gibt also diese Orte des Unbehagens. Und die Momente“²: Familienzusammenkünfte (vom einfachen Sonntag bis hin zur Hochzeit), das Kaffeehaus, öffentliche Parks im Frühling oder an einem lauen Abend, das Kino bzw. die Warteschlange davor, Restaurants, Theater, der Supermarkt um die Ecke. Zeitlich gesehen sind es vor allem die Abende (Sonnenuntergang), Sonntage, Feiertage und hier vor allem Feste wie Weihnachten oder der Valentinstag.³ Wenn Kaufmann indessen in seinen Beobachtungen zum Schluss kommt, dass es vor allem die Freundinnen sind, die als Beziehungs-Krücke dafür sorgen, dass man sich an diesen problematischen Plätzen trotz eines fehlenden Partners nicht alleine fühle⁴, wundert es nicht, dass es vor allem diese Orte des Unbehagens sind, an denen Freundschaft (auch in der Freundin) vermehrt stattfindet

¹ Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz, S. 48

² Ebd. S. 51.

³ Vgl. Ebd. S. 48-51.

⁴ Vgl. Ebd. S. 59.

5. Die Bebilderung der Blattlinie

Wovon erzählt dieses Bild? Wer ist abgebildet? Warum scheint es offensichtlich zu sein, dass es sich hier nicht um eine sportliche Übung zur Kräftigung der Rückenmuskulatur handelt? Dass diese beiden Frauen keine distanzierten Arbeitskolleginnen sind? Woher nehmen wir die Informationen, die wir zur Deutung dieses Bildes brauchen?



Abb. 21

Zuallererst sind zwei junge Frauen zu sehen. Zwei Frauen, die sich an den Händen halten. Die ersten Hinweise: Nähe, Entspanntheit, Offenheit. Die lächelnden Gesichter, die offenen Augen, das leichte Zueinander-Wenden der Köpfe. Vertrauen. Die Form, die die Arme bilden – wie einen Ring, eine liegende Acht. Ein Symbol für Gleichheit? Ewigkeit? Die offensichtliche Weichheit des Untergrunds. Kuscheln. Nähe. In vielen Details weist die Abbildung auf ein Naheverhältnis der beiden Personen hin. Es erzählt keine Geschichte über Distanz, Härte oder Kraft. Im Gegenteil: Begriffe wie weich, nahe und sanft scheinen das Motiv besser zu charakterisieren.

Dieses Kapitel handelt von der Bebilderung der Blattlinie der Freundin, der Fotografie, der Illustration als Trägermedium eines (konstruierten) Freundschaftsbildes. Nach einleitenden Überlegungen zur Funktion von Medienbildern, zu Bildaufbau und -gestaltung, wird gezeigt, welche Bilder der Freundin in die Analyse genommen bzw. warum manche nicht als Freundschaftsbilder ausgewählt wurden. Erste grundlegende Muster der Freundschaftsdarstellung sollen in dieser Beschreibung sichtbar gemacht werden. Der nächste Abschnitt widmet sich den typischen Abbildungsweisen. Es wird gefragt, was die Bilder zu erzählen scheinen und über welche Motive eine – an sich komplexe – Beziehungsform zu einer medial vereinfachten Darstellung findet. Dieser Teil beschäftigt sich sowohl mit den Themen der Bilder, als auch mit ihren Verortungen. Schließlich geht es um Körperlichkeit in der Abbildung. Es wird dargestellt, welche Körperteile gezeigt werden und auf welche verzichtet wird. Weil aber in der Durchsicht einer Zeitschrift Bilder niemals isoliert wahrgenommen werden (können), muss ebenso nach dem Zusammenspiel von Bild und Text gefragt werden. Obwohl freundschaftliche Darstellungsweisen herausgefiltert werden können, bleibt ein Bild bis zu einem gewissen Grad immer unbestimmt. Schließlich sind Bilder „für sich betrachtet komplexe ikonische Aussagen, die oft mehrdeutig und nicht unbedingt selbsterklärend sind.“¹ Erst im Zusammenspiel mit Unter-, Überschriften oder

¹ Bär, Peter: Über den Umgang mit Bildern und die „Schweizer Illustrierte“ als Quellenbasis. In: Di Falco, Daniel u. a. (Hg.): Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt. Bern 2002, S. 16-22, hier S. 18.

Zwischentexten wird das Bild freundschaftlich aufgewertet. Wie unsere Wahrnehmung mit diesen Bild-Text-Kombinationen umzugehen weiß, wird am Ende des Kapitels beschrieben.

Medienbildern komme, so die Kommunikationswissenschaft, eine interpretative Rolle zu. Weiters können diese unter anderem der Veranschaulichung, als Schmuckelement, zur Unterhaltung oder als Kommentar dienen, darauf weist Knieper hin.¹ Die meisten dieser Bilderfunktionen lassen sich in der Freundin nachweisen: Vor allem jedoch werden Bilder als Dekorationselemente verstanden, durch die sich zudem der Seitenaufbau organisieren lasse. In gewissen Bereichen (zum Beispiel dem Reiseressort) kann von einer dokumentarischen bzw. authentisierenden Leistung gesprochen werden.² Dann nämlich, wenn die Bilder als „Illusion von Primärerfahrung“³ dienen. Für die Zeitschrift als Unterhaltungsmedium gilt außerdem, dass Bilder zur Rekreation eingesetzt werden – sie vereinfachen das Aufnehmen der Informationen und stellen Assoziationen her. Einzelne Schaubilder und Graphiken fallen in den wissensgenerierenden Bereich. Für die Bilder von Freundschaft sind vor allem die interpretative, darstellende und authentisierende Funktion von Bedeutung. Diese Bilder unterstützen die Vermittlung eines imaginären Freundschaftsbildes, indem sie funktionierende, stereotype Bilderfreundinnen abbilden – und das über ein Medium (nämlich die Fotografie), welches den Charakter von Echtheit in sich trägt und im Vergleich zu Zeichnungen durch mehr Details und emotionaler Tönung als einprägsamer gilt.⁴ Zusätzlich kann die Aufmerksamkeit in Printmedien durch außergewöhnlichen Bildaufbau und durch einen geeigneten Bildschnitt noch einmal gefördert werden.⁵

Der Fotograf hat bei der Erstellung eines Bildes unterschiedliche Faktoren zu beachten. Das betrifft das technische Material, den gewählten Blickwinkel und Ausschnitt, den Aufnahmezeitpunkt, etc. Handelt es sich – wie bei den meisten der Freundin-Bilder – um inszenierte Szenarien, mit Models, künstlicher Beleuchtung und Hintergrund, so ist der Bildaufbau zudem zu choreografieren. Ist eine Reihe an Aufnahmen gemacht, liegt der nächste Schritt in einer weiteren Selektion des zur Verfügung stehenden Materials. Aus den so entstandenen Bildern werden jene ausgewählt, die tatsächlich zur Illustration in der Zeitschrift verwendet werden. Denn: „In gewisser Weise ist Bilderstellung [...] immer von Interpretation und Selektion geprägt.“⁶

Die Bilder der Freundschaft entstehen kaum spontan, dienen nicht als Wirklichkeitsbeweis. Schon gar nicht, wenn man bedenkt, dass Bildern eine Verkürzung eigen ist, die sie an sich schon zu etwas eigentlich Unmöglichem werden lassen. Schließlich, darauf weist Schmidtke

¹ Vgl. Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplin, Themen, Methoden. Frankfurt am Main 2005, S. 37-51, hier S. 40.

² Vgl. Ebd. S. 40.

³ Ebd. S. 40.

⁴ Vgl. Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. München 1996, S. 78 f.

⁵ Vgl. Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 40 und Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 129.

⁶ Vgl. Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 42.

hin, vereinfacht die Fotografie die menschliche Wahrnehmung von ursprünglich vier auf zwei Dimensionen: „Sie reduziert den Raum auf Länge und Breite [...] und sie reißt den abzulichtenden Augenblick aus seinem Raum-Zeit-Kontinuum heraus.“¹ Andererseits sind die Aufnahmen in ihrem Aufbau realistisch, also als eingefrorener Augenblick wirklich, möglich; und inkludieren somit eine gewisse potenzielle Authentizität.

5.1. Werbung und redaktionelle Bilder - Ein Vergleich?

„Aus wirtschaftlicher Perspektive müssen [...] insbesondere Medienbilder ihren Beitrag dazu leisten, ihr Trägermedium zu verkaufen oder zumindest einer möglichst breiten Rezeption zuzuführen.“²

Werbeposter sollen Aufmerksamkeit erregen. Redaktionelle Bilder, die als Illustration, als Eye-Catcher zu den Texten gestellt werden, ebenfalls. Durch die Verwendung von charakteristischen Bildern werden homogene Produktmassen unterscheidbar gemacht. Auf der einen Seite wird für einen Konsumartikel geworben, auf der anderen Seite für einen Text (und in der Folge für das Produkt Zeitschrift). Beide Varianten wollen eine Botschaft auf den ersten Blick unterstützen. Schnelligkeit ist also nicht nur im bezahlten Anzeigenkontext gefragt, um Beachtung gewonnen wird auch im redaktionellen Teil. Es gilt, das Produkt Zeitschrift emotional positiv zu verstärken. Aussagen zu Bildaufbau und Bildinhalt der freundschaftlichen Illustrationen lassen sich genreübergreifend treffen, markante Unterschiede nur geringfügig feststellen.³

Auf Grund dieser festgestellten Übereinstimmung zwischen redaktionellen und Anzeigenbildern können folgende Ergebnisse der Werbeforschung auf den redaktionellen Teil übertragen werden.

„In der Werbung werden soziale Situationen in einer Weise dargestellt, dass sich Konsumenten damit identifizieren können. Zu diesem Zweck greift die Werbung gezielt auf ausgewählte, zeittypische gesellschaftliche Werte und Normen zurück. Es darf jedoch nie angenommen werden, dass Werbung mit der Wirklichkeit gleichgesetzt werden kann. Meist zeigt sie ein verzerrtes, verschönertes Bild der Wirklichkeit, das den Wünschen der Konsumenten entspricht. Denn die Werbung lebt davon, dass sie die Wirklichkeit dramatisiert, verschönert, auf den Kopf stellt, vereinfacht oder extremisiert, sie zurechtbiegt oder anders träumt.“⁴

Bilder lösen beim Betrachter Gefühle, Wünsche, Sehnsüchte aus, die mit dem beworbenen Produkt in Verbindung gebracht werden können. Bestimmte (Aktivierungs-)Techniken, darauf weist Kroeber-Riel hin, dienen dazu, Bilder so zu gestalten, dass sie möglichst hohe Aufmerksamkeit auf sich ziehen und somit besser gemerkt werden: Ein intensiverer Bildkontakt und damit eine verstärkte Speicherung kann durch physisch intensive, emotionale

¹ Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 130.

² Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 40.

³ Siehe auch: Kapitel: „*Wir lachen ständig über alles*“.

⁴ Mahmutovic, Almira: Das Rollenbild vom Mann und Frau, S. 8.

oder überraschende Reize erreicht werden; wobei sich die Wirkung entweder auf ein gesamtes Bild oder einzelne Elemente beziehen kann.¹ Als physisch intensive Reize gelten im visuellen Bereich hauptsächlich Farbe und Größe eines Bildes. Ein Bild wird eher beachtet, wenn es größer ist. Kräftige, vielleicht ungewöhnliche Farben lenken hingegen die Aufmerksamkeit des Betrachters auf bestimmte Bildinformationen. Ferner übertragen Farben bestimmte Stimmungen, sie inkludieren eine expressive Bedeutung.² Durch emotionale Bildreize lässt sich die Aufmerksamkeit des Betrachters ebenfalls steigern. Überraschende Reize hingegen verstoßen gegen die Wahrnehmungsgewohnheiten des Betrachters. Sie enttäuschen bewusst Erwartungen und stimulieren dadurch „seine gedanklichen Aktivitäten“³.

5.2. Erster Schritt: Die Bildauswahl

Die Auswahl der Bilder für die Untersuchung wurde spontan und in einer Konzentration auf die Abbildungen unter Vernachlässigung des Textes getroffen.⁴ Im weiteren Verlauf der Studie wird nur mehr von dieser Auswahl die Rede sein. Zuvor allerdings soll ein Blick auf die anderen, die nicht-freundschaftlichen Bilder geworfen werden. In ihrer Betrachtung werden nämlich auch erste Tendenzen der funktionierenden freundschaftlichen Bildgestaltung sichtbar.

Nicht in die Untersuchung aufgenommen wurden jene Bilder, die ausschließlich Landschaften oder Gegenstände zeigen, sowie Fotos, auf denen nur eine Person sichtbar ist. Es galt die theoretische Vorgabe, dass Freundschaft nur in der Abbildung von mindestens zwei Personen möglich sei. Dazu Auhagen: „Damit zwischenmenschliche Beziehungen, also auch Freundschaften, zustande kommen, und bestehen können, sind wenigstens zwei Personen erforderlich.“⁵ Grundsätzlich nicht in die Auswahl genommen wurden weiters Szenenbilder aus Bühnen- oder Filmproduktionen bzw. Abdrucke von Buchcovers. Möglicherweise hätten sich hier einzelne freundschaftliche Bilder gefunden, in ihrer Stellung als Repräsentanten eines anderen Mediums schienen sie jedoch zu offensichtlich choreografiert, um sie auf einer Ebene mit dem übrigen Bildmaterial zu untersuchen. Weiters wurden jene Bilder ausgeschlossen, die vom Format her keinen Detailblick zulassen, also jene, auf denen in einer sehr kleinen Abbildung eine größere Gruppe an Personen abgebildet ist (meist sind dies Bilder von Vernissagen, Filmpremieren oder anderen Veranstaltungen).

¹ Vgl. Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 101f.

² Vgl. Ebd. S.102 – 105.

³ Ebd. S. 107.

⁴ Siehe auch: Kapitel *Methoden*.

⁵ Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 1.



Abb. 22



Abb. 23



Abb. 24



Abb. 25

Bei der Abbildung von zwei oder mehreren Personen wurden jene nicht als Freundschaftsbilder erfasst, die offenbar als Familienbilder deklariert waren. Diese Aussage mag auf den ersten Blick fragwürdig erscheinen, doch handelt es sich dabei um durchaus zuordenbare Bilder: vorwiegend dann, wenn eindeutig mehrere Generationen auf einem Bild – beispielsweise in der Kombination eines Erwachsenen mit einem oder mehreren Kindern – abgebildet sind: ein Mann etwa Ende dreißig, der zwei kleine Buben auf den Armen hält (Abb. 22) oder eine Frau Mitte dreißig, die ein etwa achtjähriges Mädchen auf dem Rücken trägt (Abb. 23). Schließlich sei es, so die Theorie:

„[...] ein ziemlich allgemein angenommener Grundsatz, daß zu vollkommener Freundschaft Gleichheit [...] der Jahre erfordert werde. Die Liebe, sagt man, sei blind [...]. Die Freundschaft hingegen beruhe auf Harmonie in Grundsätzen und Neigungen [...]“¹

Und jedes Alter habe, so wird Knigge in der Anthologie Eichlers zitiert, seine eigenen Grundsätze und Neigungen. Die Gleichheit wird demnach ebenso für das Alter festgeschrieben und die Freundin erfüllt (auch bei den Bildern, die sprachlich als Abbildungen von Freundschaft vorgegeben sind) die theoretische Erwartung.

Trotz offensichtlicher Gleichheit wird außerdem die immer wieder vorkommende Abbildung von offensichtlich eineiigen Zwillingen nicht der freundschaftlichen Auswahl berücksichtigt. In der Unterscheidung zwischen Freundschafts- und Beziehungspaar wurden jene Bilder nicht den freundschaftlichen zugeordnet, auf denen sich die Darsteller in einer – als typisch wahrgenommenen – Paarsituation befinden, beispielsweise in einer augenscheinlich leidenschaftlichen Situation, über die Andeutung von stürmischen Küssen und Nacktheit (Abb. 24), oder in einer Anspielung auf das Hochzeitsthema – Frau in weißem Kleid und Mann im dunklen Anzug (Abb. 25). Prominente Personen (Schauspieler, Sportler, Politiker) wurden ebenfalls nicht als Freunde zugeordnet, sofern sie erkannt und in ihrem Beziehungstyp zugeordnet werden konnten: Beispiel: Andre Agassi und seine Frau Steffi Graf. (Abb. 26)

¹ Knigge, Adolph Freiherr von: Über den Umgang unter Freunden. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 118-126, hier S. 119.

Sind mehrere Personen fotografiert, können die Bilder weiters deshalb nicht gewählt worden sein, weil die Abgebildeten in einem offensichtlich professionellen Verhältnis zueinander stehen: beispielsweise eine Friseurin bzw. Visagistin und ihre Kundin (Abb. 27) oder mehrere weibliche Models auf einem Laufsteg gemeinsam mit einem bekannten Designer (Abb. 28).

Damit lassen sich also fürs Erste folgende Erkenntnisse festhalten: Die Visualisierung von Freundschaft funktioniert, wenn mindestens zwei Personen abgebildet sind und nur, wenn von technischer Seite her (also abhängig von Bildgröße und Schärfe) eine Beziehung der Menschen zueinander wahrnehmbar ist. Freundschaftsbilder dürfen nicht mit bekannten Codes aus anderen Kontexten arbeiten: Die Darstellung mehrerer Generationen unterm Christbaum oder Mann im dunklen Anzug und Frau im weißen Kleid beim Anschneiden einer mehrstöckigen Torte sind bereits als Inszenierungen mit anderen Inhalten belegt. Weiters wird der offensichtliche Rückgriff auf Leidenschaft und Sexualität vorerst als Abgrenzung zu Freundschaft erlebt. Das entspricht einerseits gängigen Wissenschaftsdefinitionen von Freundschaft¹ und wird andererseits durch die jeweiligen Texte in der Freundin belegt. Freundschaft scheint sich außerdem besser in Bereichen der Freizeit darstellen zu lassen, da am Arbeitsplatz eher das Bild von Kollegen bzw. Dienstleister und Kundschaft auftaucht. Zu guter Letzt kann festgehalten werden, dass Personen des öffentlichen Lebens sich dann nicht gut zur Verkörperung von Freundschaft eignen, wenn ihre private Verbindung als beispielsweise Ehe- oder Geschwisterpaar bekannt ist. Übrig bleiben Bilder, auf denen zwei oder mehrere Akteure dargestellt sind und bei denen es sich nicht um die Abbildung einer Massenszene handelt. Die Bildmotive lassen tendenziell auf Freizeithandlungen schließen. Die Bilderfreunde sind in etwa gleich alt bzw. sollten einer Generation zugerechnet werden können. Es handelt sich dabei nicht um prominente Liebes-, Geschwister- oder Konkurrentenpaare.

Freunde von Nicht-Freunden zu unterscheiden ist eine Fähigkeit, die im Handlungsalltag immer wieder gefordert ist und uns umgekehrt hilft, uns mit Bildern auseinanderzusetzen, sie nicht nur wahrzunehmen, sondern mit einem Sinn aufzuladen. Die Bilder können verstanden werden:

¹ Vgl. Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 9.



Abb. 26

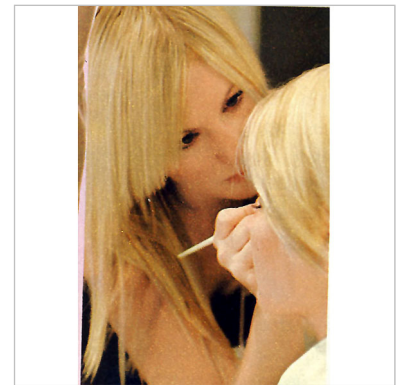


Abb. 27



Abb. 28

„Es ist anthropologisch tief in uns verankert, dass wir spontan das Agieren der uns Gegenüberstehenden erfassen, dass wir aus dem, was sie gerade tun, auf das was zuvor geschah wie auf das was folgen könnte zu schließen vermögen. [...] Diese Fähigkeit, andere in ihrem Handeln zu verstehen, ist auch eine wesentliche Voraussetzung für uns, Bilder zu begreifen.“¹

Derartige Fragen beschäftigen die Leserin zwar nicht bewusst, unbewusst müssen solche Erkennungsleistungen jedoch verrichtet werden. Erst dann kann die Zeitschrift sinnvoll interpretiert werden, Zusammenhänge und Aussagen werden (tatsächlich) sichtbar. Dazu Schmidtke:

„Fotografien unterliegen in höchstem Maß Konventionen und Traditionen der Darstellung, die die unmittelbare Lesbarkeit und sofortige Verständlichkeit von Fotografien überhaupt erst ermöglichen.“²

Diese Darstellungskonventionen unterliegen – trotz der prinzipiell bei allen Menschen gleichen Funktion des Sehapparates – kulturellen und habituellen Unterschieden.³ Denn der Normalfall sei es, dass wir bei der Bildbetrachtung „spontan einen Bezug zu unserer Wirklichkeit herstellen können, oder zu einer Wirklichkeit, die uns als möglich, als wahrscheinlich erscheint.“⁴ Freundschaftsbilder – sofern sie als solche erkannt werden sollen – müssen also dem Prädikat ‚wirklich‘ entsprechen. Sie müssen mit der alltäglichen Realität oder zumindest der Vorstellungswelt der Betrachterinnen kongruent sein. Denn: „Wenn wir sagen können, dass wir ein Bild verstehen, heißt das, dass wir es in den Horizont unseres Wissens und unserer Vorstellungen integrieren können.“⁵



Abb. 29



Abb. 30

Obwohl Medien also – um für ihre Leserinnen verständlich zu bleiben – auf die Vorstellungen ihrer Zielgruppe achten müssen, wird ihnen auf der anderen Seite selbst eine wichtige Funktion an der Erschaffung dieser Vorstellungswelt zugesprochen, da sie ständig für Nachschub an neuen Bildern sorgen. Dabei hat die

„Bildproduktion [...] immer eine Standardisierung der individuellen Bilder bewirkt, und doch schöpft sie ihrerseits aus einer zeitgenössischen Bilderwelt ihrer Betrachter, die

¹ Büttner, Frank und Anna Gott dang: Einführung in die Ikonographie, S. 11.

² Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 131.

³ Vgl. Ebd. S. 136 und Soeffner, Hans-Georg: Überlegungen zur Soziologie des Symbols und des Rituals. In: Wulf, Christoph und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals. Inszenierungen. Praktiken. Symbole. München 2004, S. 149-175.

⁴ Büttner, Frank und Anna Gott dang: Einführung in die Ikonographie, S. 14.

⁵ Ebd. S. 14.

eine kollektive Wirkung überhaupt erst ermöglicht hat.“¹

Schändlinger weist auf die Tatsache hin, dass „es keinen gesellschaftlichen Bereich gibt, dessen (Selbst-)Wahrnehmung und Darstellung nicht medial beeinflusst ist.“² Auch deshalb sind Bilder, so Bringéus, als Quellen für die Kulturwissenschaft unumgängliche Faktenbringer. Bilder werden von ihm als Bedeutungsträger verstanden, die Botschaften überbringen. Als „expressive Bilder“³ erzählten sie von Natur und Kultur, von anderen Menschen und von uns selbst.⁴ Die äußeren Bilder nehmen wir wahr und lernen sie als ‚unsere‘ Bilder wahrzunehmen. Lehmann spricht in diesem Zusammenhang von einer „Enkulturation“⁵ in die spezifische „Sehkultur“⁶: „[...] Das geschieht in der Praxis durch die beständige Wiederholung von Bildwahrnehmungen, also durch das Betrachten geschaffener Bilder.“⁷

Die Art und Weise, wie Freundschaft darstellbar ist, wird nicht am Schreibtisch entschieden. Sie orientiert sich trotz ihrer schematisierten Eindeutigkeit an historischen und gegenwärtigen (populär-)wissenschaftlichen Zuschreibungen und damit an einem Konstrukt eines Freundschaftsbildes, das sich in seiner Komplexität auf zumindest einige Erkennungsmerkmale reduzieren lässt: Gleichheit. Wechselseitigkeit. Ein positives Grundgefühl verbunden mit Entspannung, einem Lachen. Nähe, Vertrauen – ausgedrückt durch die Berührung, das Geheimnis. Gemeinsame Unternehmungen – Reden, Essen. Dauer. Freiwilligkeit, gekennzeichnet durch das Motiv der Freizeit. Und eine Anzahl der Freunde, die je nach angedeutetem Intimitätsgrad zwischen zwei Personen und einer kleinen Gruppe liegt. Wenn sich die Freundschaftsbilder in einem Medium dazu nicht nur an verbalen Ideen von Freundschaft orientieren, sondern sich in eine Reihe mit alten, erlernten Abbildungsstrategien setzen lassen, wird die Erkenntnisleistung zusätzlich begünstigt, so ist anzunehmen. Das Netz an Bildlichkeiten

¹ Belting, Hans: Bild-Anthropologie, S. 20.

² Schändlinger, Robert: Visuelle Ethnografie. In: Ayaß Ruth und Jörg R. Bergmann (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek bei Hamburg 2006, S. 350-380, hier S. 368.

³ Bringéus, Nils-Arvid: Volkstümliche Bilderkunde. München 1982, S. 19.

⁴ Vgl. Ebd. S. 19.

⁵ Lehmann, Albrecht: Bilder als Vorbild. Zur Ikonologie des „landschaftlichen Auges“. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 157-168, hier S. 159.

⁶ Ebd. S. 159.

⁷ Ebd. S. 159.



Abb. 31

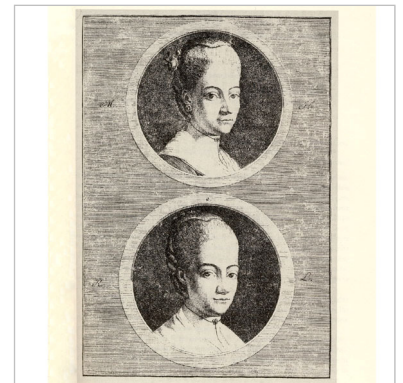


Abb. 32



Abb. 33



Abb. 34



Abb. 35



Abb. 36

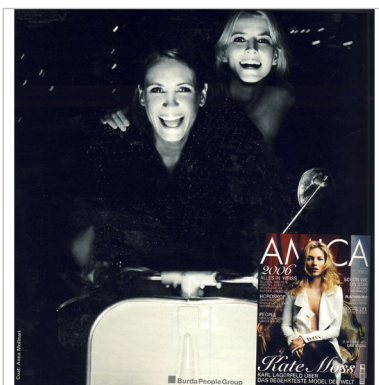


Abb. 37



Abb. 38

konsequent zu verfolgen würde den Rahmen dieser Bemerkung sprengen, dennoch sei hier beispielhaft auf einzelne Trouvaillen aus der Tradition freundschaftlicher Darstellung verwiesen: Zueinander geneigte Köpfe (Abb. 29 und 34), das aneinander Lehnen (Abb. 33), gefasste Hände (Abb. 30), Ähnlichkeit von Bilderfreundinnen (Abb. 32) und der als typisch propagierte Kaffeeklatsch unter Freundinnen (Abb. 31: Karikatur ‚bösaartig‘ tratschender Kaffeetrinkerinnen).

5.3. Zweiter Schritt: Die Bildgeschichten

Verortungen

Die Betrachtung der Bildgeschichten folgt der Erzählung von ihrem äußeren Rahmen, der Kulisse, bis zu ihren Inhalten. Daher steht am Anfang der Blick auf die Stätten der Freundschaftsabbildungen. Die Bilderfreundinnen lassen sich tatsächlich an bestimmten Plätzen verorten. Eine Bemerkung im Voraus: Es wird an dieser Stelle nicht hinterfragt, inwiefern die gezeigten Orte real sind. Also, ob sie wirklich existieren oder als Kulisse, im Studio etc. für die Fotoaufnahmen entstanden sind. Für die Analyse ist einzig als relevant definiert, dass die Orte als echte Schauplätze präsentiert werden. Denn nicht in der tatsächlichen Existenz, sondern in der Inszenierung dieser Räumlichkeiten steckt die Bedeutung für das freundschaftliche Abbild.

Grundsätzlich lassen sich – sofern der Hintergrund erkennbar ist – folgende Themenkomplexe unterscheiden: Im Freien befinden sich Freundinnen sowohl in der Natur als auch in der Stadt, bei geschlossenen Räumen handelt es sich um eine Wohnung oder öffentliche Plätze (wie ein Büro oder eine Bar). Mit zunehmender Abgeschlossenheit von Räumen steigt der Intimitätsgrad optisch an: Zwei Frauen beim Joggen auf einer Wiese scheinen intuitiv weniger intim als zwei Frauen, die nebeneinander in einer Wohnung auf einer Couch sitzen. Im öffentlichen Raum arbeiten Freundschaftsbilder daher meist mit einem verbindenden Element, also einem raumschaffenden Objekt, das ein Zusammengehörigkeitsgefühl vermittelt. Die Freundinnen im Park beispielsweise werden gruppiert, indem sie auf *einer* Decke sitzen. Die Kaffeetrinkerinnen auf der Straße teilen sich *einen* Tisch. Zwei Frauen auf Reisen sitzen in *einem* Auto, auf *einer* Vespa. Die Bilderfreundinnen am Strand kuscheln sich unter *eine* Decke. (Abb. 35-38). Diese Betonung der

Zahl eins macht aus zwei Personen eine Einheit. Die Darstellerinnen werden nicht als Fremde, sondern als Vertraute abgebildet, als Personen, die zueinander Nähe suchen bzw. zulassen.

Veränderungen in der bürgerlichen Wohnkultur lassen vermuten, dass spätestens seit dem 18. Jahrhundert der Körperkontakt exklusiver und emotional aufgewertet worden sei. Die Distanz zwischen den Menschen wurde größer. Darauf weist Jütte hin:¹

„Schaut man die Nachlaßinventare an, so finden sich in den Wohnräumen immer mehr Stühle und Sessel. Das könnte bedeuten, daß das gemeinsame Sitzen auf einer Bank oder einem Sofa mit der sich daraus ergebenden Gelegenheit zum gewollten oder auch unbeabsichtigten Körperkontakt seltener wurde.“²

In dem Maße, in dem die Nähe nicht mehr Zwang und Selbstverständlichkeit ist, kann sie sich zu einem symbolischen Verhalten entwickeln. Nähe zu suchen, sich nah sein zu wollen, bekommt eine Bedeutung, wird als bewusstes Zeichen vermittelbar, lesbar. In der modernen Freundschaftsdarstellung funktioniert diese Zeichenwelt weiter. Das Sitzen auf einem gemeinsamen Möbelstück vermittelt Nähe. Egal, ob Couch oder Bett. Als Orte des Rückzugs und der Intimität werden sie Teil einer freundschaftlichen Aussage.

Einen Zwischenort stellt der Arbeitsplatz dar. Bei ihm handelt es sich um einen Ort der künstlichen Nähe, also auch der Nähe zu Personen, die man sich nicht aussuchen kann. Rund um jene wenigen Bilder, die einen Arbeitskontext inkludieren, wird in der Freundin sprachlich darauf verwiesen, dass hier Vertrauen nur vorsichtig zu verteilen sei: „Einem Kollegen sollten Sie privaten Kummer nur anvertrauen, wenn Sie ihn als Freund betrachten.“ (6/2006, S. 116) Die bildliche Kälte scheint also durchaus beabsichtigt. Der Arbeitsplatz wird nicht als eindeutig freundschaftliches Ambiente, nicht als Ort, der zum Fallen-Lassen einlädt, eingeführt.

Neben dem Element Nähe spielt in der Bebilderung der Freundin vor allem die Weichheit des Ortes eine wesentliche Rolle. Im Freien sind dies beispielsweise das frische Gras oder der nachgiebige Sand. Im Inneren sind auffällig viele Freundinnen-Bilder im oder auf dem Bett, auf einer Couch oder einem Polstermöbel verortet. Das Weiche kann dabei mit Kaufmann als Symbol für Gemütlichkeit, Wärme oder Vertrauen aufgefasst werden: „Bodennähe und weiche Untergründe haben also eine große Anziehungskraft. Und höhlenartige Refugien, die sich dafür eignen, sich hineinzukuscheln.“³ Kaufmann beschreibt beispielsweise das Bett – Inbegriff eines weichen Ortes – als ein: „[...] beliebter Verbündeter. Warme, gemütliche Vormittage im Bett, Freiheit und fötale Regression.“⁴ Als „Refugium im Refugium“⁵, also Rückzugsort in der eigenen Wohnung „wird es deshalb oft für die unterschiedlichsten Dinge genutzt: zum Schreiben, Träumen und Lesen, aber auch zum Telefonieren, Arbeiten und

¹ Jütte, Robert: Geschichte der Sinne. Von der Antike bis zum Cyberspace. München 2000, S. 193f.

² Ebd. S. 194.

³ Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz, S. 120.

⁴ Ebd. S. 117.

⁵ Ebd. S. 117.

Essen“¹. Kaufmann weiter: „[...] Noch fühlt sich das Bett warm und weich an, bietet Entspannung und Trost.“² So wie das Bett hier in der Studie über Single-Frauen gezeigt wird, kommt der Verdacht auf, ein Bett könne fast wie eine Freundin sein. Geht es nach der Freundin, dient es jedenfalls dazu, um es sich darauf mit einer Freundin bequem zu machen. Selbst in der Inszenierung der *unter freundinnen*-Serie darf das riesige rote Kissen nicht fehlen.

FrauenFreundschaft wird kuschelig gemacht. Ein „Doing Gender“ über weiche, warme Atmosphären, die sich bildlich auf eine Idealvorstellung von FrauenFreundschaft übertragen. Schließlich – und darauf weist unter anderem Eckes hin – werde die Wärme, als Geschlechterstereotyp, häufiger mit Frauen als mit Männern in Verbindung gebracht.³

Vereinfachungen

Dass medial – um den Leserinnen das Erkennen der Bilderfreundinnen zu vereinfachen – hauptsächlich auf Stereotype zurückgegriffen wird, bzw. gewisse Stereotype gebildet und verstärkt werden, verwundert nicht. Unter dem Begriff der Stereotype werden nach Bausinger „unkritische Verallgemeinerungen, bei denen eine kritische Überprüfung nicht gefragt ist oder verhindert wird“⁴ verstanden. Es handelt sich dabei um reproduzierbare Meinungen und Urteile, die in ihrer Vereinfachungen allerdings nicht zwangsläufig negativ konnotiert sind. Im Gegenteil: Durch die Reduktion der komplexen Beziehungsform Freundschaft auf einige wenige Situationen und Darstellungsnormen entstehen Idealbilder. Anstatt diese medialen Konstrukte als Vereinfachungen, als Stereotype zu bezeichnen, könnte man mit Soeffner von einer „ästhetisierenden Überhöhung des Alltäglichen“⁵ sprechen.

Die zahlenmäßig größte Gruppe der Bilder spielt mit dem Gedanken der Nähe. Berührungen und Körperkontakt über gemeinsames Kuscheln, Anlehnen und Umarmen erzählen von Vertrauen, von Innigkeit. Die (körperliche und emotionale) Nähe als Motiv wird so auch in Texten über die Freundschaft festgeschrieben. Das zeigt unter anderem das folgende Beispiel:

„Da zu freunden wesentlich im Zusammensein geschieht, konstatieren Freunde ihre gemeinsame Anwesenheit nicht als bloß physische Präsenz; vielmehr erleben sie sie als körperliche und emotionale Nähe. Dieses Erlebnis persönlicher Nähe wird von einer Wachheit ihrer Sinne getragen. So bedeutet zu freunden, über das Sich-Berühren, und Gefühle-Lebenkönnen hinaus, ein Sich-Sehen, -Hören und -Riechen.“⁶

¹ Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz, S. 117.

² Ebd. S. 117.

³ Vgl. Eckes, Thomas: Geschlechterstereotyp: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 165-176, hier S. 166.

⁴ Bausinger, Hermann: Typisch deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? München 2002³, S. 17.

⁵ Vgl. Soeffner, Hans-Georg: Zeitbilder. Versuche über Glück, Lebensstil, Gewalt und Schuld. Frankfurt/New York 2005, S. 23.

⁶ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 134.

Wie bei den beiden Frauen auf dem Beispielbild. Die gefassten Hände als „kleine Umarmung“¹, das Lachen, die fröhliche Entspannung. Denn, so teilen die Bilder mit, egal, was Freundinnen zusammen machen, sie haben Spaß, sie amüsieren sich – lächelnd oder lachend, je nach Kontext.²

Ihre Freizeit verbringen Freundinnen gemeinsam. Das erzählt der nächste Themenkomplex. Egal, welcher Bereich von Freizeit gezeigt wird, eine Freundin ist meist dabei (ob beim Kochen, Shoppen, Sport oder Weggehen). Auf einem Großteil der Bilder wird angedeutet, dass die Darstellerinnen entspannt miteinander umgehen. Man nimmt sich Zeit füreinander, muss nicht zum nächsten Termin hetzen, sondern kann sich lächelnd fallen lassen: Dargestellt durch die gemeinsame Tasse Kaffee, durch einen lauen Sommerabend mit Grill und Gitarre oder durch unzählige Einkaufstaschen, die auf ein längeres Shoppingvergnügen schließen lassen (Abb. 39-41). Tätigkeiten, die nichts mit einem kurzen Treffen zu tun haben. Sich zu befreunden, so wird in der Literatur beschrieben, dauere nämlich: Weil es Zeit braucht, bis man sich als Freunde bezeichnen würde, bis das notwendige Vertrauen gewachsen ist, man die Freundin kennt.³ Eine entspannte, zugewandte Körperhaltung unterstreicht im Bild diese gemeinsame Muße. Bilderfreundinnen verbringen nicht nur im Alltag häufig Zeit miteinander, sie fahren auch gerne gemeinsam weg. Urlaubsbilder sind in der Freundin meist als freundliche konnotiert: am Strand, unter Palmen oder auf einer Beauty-Farm.

Weiters wird die Darstellung von unbeschwerter Kindlichkeit für die Freundschaftsbilder genützt. Ganz gleich, ob Kinderspiele gespielt werden (beispielsweise Binde Kuh, Abb. 42) oder sich die Frauen an den Haaren ziehen (Abb. 43) – mit den besten Freundinnen scheint man seine professionelle, erwachsene Alltagsmaske fallen lassen zu dürfen. Durch diese kindliche Abbildungsweise wird außerdem die Aussage, dass sich die meisten Freundinnen seit Kindertagen kennen würden, ins Bild gesetzt.

Egal in welcher Situation: Freundinnen präsentieren sich gerne gleichartig. „Freunde dürfen nicht zu sehr von einander abweichen in



Abb. 39



Abb. 40



Abb. 41



Abb. 42

¹ Siehe auch: Kapitel *Sichtbarkeit und Sinnlichkeit*.

² Siehe auch: Kapitel „*Wir lachen ständig über alles*“.

³ Vgl. u. a. Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 17 und 19. Und: Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glückseligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 33f.



Abb. 43



Abb. 44



Abb. 45



Abb. 46

ihren Auffassungen und in ihrem Charakter“¹, beschreibt die Theorie und wird durch die Choreografie der Bilder unterstrichen. Dieses äußerlich Gleiche symbolisiert eine innere Ähnlichkeit und kann von der entsprechenden Kleidung bis hin zur aneinander angelehnten Körpersprache gehen (Abb. 44): Dabei, so Büttner und Gott dang, könne sich das „[...] Ähnliche [...] in der Erscheinung der Figur, ihrer Haltung und Kleidung sowie in den ihr beigegebenen Attributen zeigen.“² Neben dem einander angepassten Kleidungs- und Stylingstil definieren sich die bildlichen Gemeinsamkeiten über die fotografierten Beschäftigungen. Bilderfreundinnen werden typischerweise bei einer gemeinschaftlichen Tätigkeit abgebildet. Das heißt: Entweder sie machen etwas gemeinsam oder jede für sich dasselbe. Egal, ob sie miteinander Joggen, Schönheitsmasken auftragen (Abb. 45) oder feiern (Abb. 46) – eine verknüpfte Aktivität als Zeichen derselben Interessen dient der Darstellung (innerer) Ähnlichkeit.

Wiederkehrendes Choreografieelement dieser Gleichheit ist die Spiegelung. Dabei werden die dargestellten Personen in einer ähnlichen oder sogar gleichen Pose fotografiert. Dieses Motiv entspricht Ergebnissen der Verhaltensforschung zum Stichwort Körpersprache, wie sie unter anderem in Ratgebertexten zu finden sind:

„Gleiche Gestik – guter Kontakt. [...] Wenn Sie die Handbewegungen Ihres Partners, seine Körperhaltung, seine Fußstellung und auch seine Stimmlage aufnehmen, bedeutet das, daß Sie sich gut auf ihn einstellen können. Die Körpersprache drückt aus: Körper, Geist und Seele sind im Einklang – also auch Gedanken und Meinungen.“³

Wird die Körpersprache und nicht eine Berührung betont, so erweckt der Bildaufbau den Eindruck, als würde zwischen den beiden (einander zugewandten) Personen ein Spiegel stehen. Das Foto wirkt zweigeteilt, die Botschaft von Einigkeit und Gemeinsamkeit wird sichtbar. Kommt zusätzlich eine Berührung ins Spiel, werden die Frauen – wie am Beispielbild – häufig in einer ähnlichen Pose dargestellt, einer Figur, die sich kombinieren lässt. Die Spiegelung dient der fotografischen Darstellung von Harmonie und Eintracht

¹ Aelred von Rieval: Freundschaft mit Gott. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 68.

² Büttner, Frank und Anna Gott dang: Einführung in die Ikonographie, S. 152.

³ Rebel, Günter: Mehr Ausstrahlung durch Körpersprache. Überzeugend auftreten – mehr Erfolg privat und im Beruf. S. 119.

und ist zumindest in abgeschwächter Form – also als ähnliche statt der parallelen Abbildungsweise – häufig anzutreffen.

Altersmäßig entsprechen die Bilderfreundinnen in etwa dem Alter der Kernzielgruppe der Zeitschrift, 25 bis 49 Jahre¹, wobei die auf einem Bild dargestellten Frauen jeweils etwa gleich alt aussehen. Dadurch wird bei manchen Thematiken eine Mutter-Tochter-Beziehung bildlich ausgeschlossen. Näher wäre der Rückgriff auf die Schwesternschaft – auch deshalb, weil immer wieder von Seelenschwestern die Rede ist. Eine Bezeichnung übrigens, die ebenfalls in „institutionalisierten Freundschaftsbeziehungen“² (in Vereinen, Orden, Logen etc.) zu finden ist. Tenbruck weist darauf hin, dass bei der Entstehung solcher Organisationen „für die unbedingte Treue und Leistung dieser persönlichen Beziehungen [...] kein anderes Modell als das der geheiligten Verwandtschaftsbande vorhanden“ war.³ Das Bild der Seelenschwester überhöht den Anspruch einer individuellen Freundschaft und setzt sie auf die Ebene ritueller (Geheim-)Bünde. Die Schwierigkeit in der Auswahl der Bilderfreundinnen ist in einem doppelten Anspruch begründet: einerseits sollen sich die Frauen ähneln, bzw. werden sie als Verweis auf ihre Gemeinsamkeiten ähnlich gestylt. Auf der anderen Seite müssen die Frauen als Individuen erkennbar bleiben, bzw. dürfen sich nicht so ähneln, dass sie spontan als Schwestern interpretiert werden. Es muss also eine Unterscheidbarkeit gegeben sein. Am einfachsten wird dieser Unterschied bildlich über die Haarfarbe ausgedrückt. Demnach lässt sich festhalten: Bilderfreundinnen sind typischerweise eine Kombination deutlich kontrastierender Haarfarben.

Verkörperungen

„Die Darstellbarkeit einer institutionell stabilisierten Ordnung bedarf der ‚Verkörperung‘. Der eingeschliffene abstrakte Sprachgebrauch wie auch die mediale Entwicklung in der Moderne lassen leicht vergessen, dass es wirklich *Körper* sind, die als fleischgewordene Zeichen der Personalität oder ihrer Vernichtung zu Darstellungsmedien repräsentativer Ritualisierungen in der Öffentlichkeit gemacht werden.“⁴

Körperlichkeit spielt im freundschaftlichen Kontext eine wesentliche Rolle. Es liegt in der medialen Illustration vorwiegend an der Abbildung von mindestens zwei Körpern oder Körperfragmenten – die in freundschaftlicher Pose zueinander choreografiert sind –, rituelle Freundschaftsgesten abzubilden. Sie werden zu Repräsentanten dieser Beziehungsform. Diese Ritualisierung impliziert Wiederholbarkeit, lässt, ähnlich wie Villa im Bezug auf Sprechakte

¹ Vgl. Marketing Unterlagen Burda Community Network GmbH, Standardpräsentation 2006, S. 2.

² Tenbruck, Friedrich: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft, S. 244.

³ Vgl. Ebd. S. 246.

⁴ Rehberg, Karl-Siebert: Institutionelle Ordnungen zwischen Ritual und Ritualisierung. In: Christoph Wulf und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals. Inszenierungen. Praktiken. Symbole. München 2004, S. 247-265, hier S. 256.

argumentiert, die Situation von den konkreten Darstellerinnen unabhängig werden.¹ Nicht die *bestimmte* Freundschaft steht im Zentrum der Aufmerksamkeit, sondern das Bild *einer* Freundschaft. Dabei, und auch darauf weist Villa hin, spielen normative Vorstellungen einer Handlungsweise auf die Formung dieser Körperlichkeit eine entscheidende Rolle.

„Aus idealtypischen, meist diffusen, inkohärenten Normen von Weiblichkeit und Männlichkeit, die diskursiv sind, werden konkrete Handlungsweisen, die – insbesondere als Effekt zeitlicher Prozesse – auch Körper formen bzw. Körper nur in bestimmter Weise sichtbar, also signifikant werden lassen.“²

Die Art und Weise, wie Körper sichtbar werden, gibt den entscheidenden Hinweis darauf, welche normativen Vorstellungen mit weiblicher Freundschaftsstereotype einhergehen. Daher gilt es, jene Körperlichkeit verstärkt zu betrachten. Dies geschieht, bevor später detailliert auf die unterschiedlichen Sinne in der Freundschaftsdarstellung eingegangen wird, erst einmal in der Betrachtung der abgebildeten Körperfragmente: Welche Körper/Körperteile werden auf freundschaftlichen Bildern gezeigt? Wo werden die Leiber beschnitten, welche Teile fallen in der Freundschaftsdarstellung weg? In der qualitativen Analyse werden Überlegungen dieser Art zunehmend wichtiger, da, so Hahn, die „[...] Inszenierung von Körpern in den Medien [...] einen Umfang erreicht [hat], der in seinem quantitativen Output kaum noch zu überschauen ist.“³

Eine Durchsicht der Bilder zeigt folgende Ergebnisse: Am wichtigsten – und daher (fast) immer im Zentrum des Bildes – sind die Gesichter. Lachende, entspannte, freundliche Gesichter. Bänninger-Huber schreibt keinem Körperteil eine derartig eindeutige Abbildungsfunktion zu, wie der Mimik.⁴ Abgebildete Gesichter, so Kroeber-Riel, fordern unsere Aufmerksamkeit.⁵ Sie eignen sich daher im medialen Bereich als Eye-Catcher. Mikunda sieht in der Nähe von zwei (freundlichen) Gesichtern schließlich das visuelle Potenzial, um auf minimale Art Freundschaft darzustellen.⁶

„Wir sind gewöhnt, die Distanz zwischen Menschen genau zu registrieren. Wenn sich zwei Personen bereits so nahe gekommen sind, daß sich zwischen ihren Gesichtern induzierte Spannung einstellt, ist das in unserem Kulturkreis ein deutliches Anzeichen für Intimität.“⁷

¹ Vgl. Villa, Paula-Irene: (De)Konstruktion und Diskurs-Genealogie: Zur Position und Rezeption von Judith Butler. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 141-152, hier S. 145.

² Ebd. S. 148.

³ Hahn, Jutta: Strategien für Begehrlichkeiten – Eindeutiges und Uneindeutiges in den Körperpräsentationen der Werbung. In: Ritter, Heidi (Hg.): Körpersprache und Körperwahrnehmung im Geschlechterdiskurs. Frankfurt am Main 2004, S. 131-156, hier S. 131.

⁴ Vgl. Bänninger-Huber, Eva: Mimik – Übertragung – Interaktion. Die Untersuchung affektiver Prozesse in der Psychotherapie. Bern 1996, S. 30-50.

⁵ Vgl. Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 106.

⁶ Vgl. Mikunda, Christian: Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Wien 2002, S. 44f.

⁷ Ebd. S. 56.

Ebenfalls nahezu auf jedem Bild zu finden sind Arme und Hände. Häufig ist diese ‚Hand-im-Bild‘ sogar so arrangiert, dass die Tätigkeit einer Bilderfreundin ihre Hände extra betont (indem sie ein Glas einschenkt, beispielsweise Abb. 47). Ist ein größerer Ausschnitt zu sehen, dienen die Arme meist der Umarmung. In einer reduzierten Darstellungsweise stehen die zwei Freundinnen ganz nahe beieinander, wobei die Umarmung nur durch die Schultern angedeutet sein kann (Abb. 48).



Abb. 47

Das andere Ende des Körpers wird hingegen vernachlässigt. Füße haben in der Freundin nicht viel Freundschaftliches an sich. Selbst in der Abbildung des ‚ganzen‘ Menschen werden die Beine und besonders die Füße meist ausgeklammert. Es gibt aber auch den gegenteiligen Fall: Drei Frauen, von denen nur die (sitzenden) Beine bis zur Hüfte abgebildet werden, dazu eine Hand, die ein Glas Sekt hält (Abb. 49). Es sind elegante Kleider und Highheels zu sehen. Das Bild ist unterschrieben mit „Wer hat die schönsten Highheels? Zur Sicherheit ein fußfreundliches Zweitpaar dabeihaben.“ (10/2006, S. 85) Die Verbindung von Hochzeit und Freundschaft – funktioniert durch die Anordnung in einem mehrseitigen Hochzeitsbericht und den Umgebungstext – ganz automatisch. Trotzdem bleibt dieses Bild die Ausnahme. Typischerweise reichen Freundschaftsbilder maximal vom Scheitel bis zum Knie (Abb. 50).

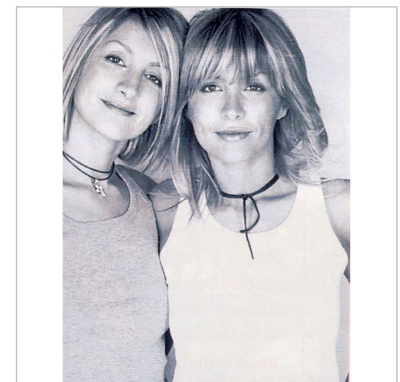


Abb. 48

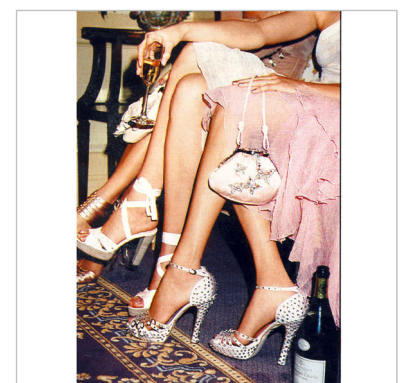


Abb. 49

Abschließend soll auf eine weitere Besonderheit der Bilderfreundinnen hingewiesen werden: die Unsichtbarkeit des Rückens. Nur bei einem verschwindend geringen Teil der Freundschaftsbilder ist eine Person von hinten zu sehen; und nur dann, wenn zumindest zwei weitere Personen auf dem Bild sind. Mit Weltzien lässt sich die Definition für *Rücken* auf jenen Teil ausweiten, der dem Sehen „gewissermaßen abgewandt ist“¹. Damit zeigt sich eine allgemeine Charakteristik von zweidimensionaler Abbildung: Im Unterschied zum Film oder zum realen Alltag lernt man auf einem Foto tatsächlich nur die Vorderseite der Darstellerinnen kennen. Ohne Alltagserfahrung könnte man davon ausgehen, dass es kein *hinten* gäbe, wobei dieses Hinten nicht unbedingt der anatomische Rücken sein muss, sondern auch eine Seite oder die körperliche Vorderseite sein kann – abhängig von dem gewählten Darstellungswinkel.



Abb. 50

¹ Weltzien, Friedrich: Der Rücken als Ansichtsseite. Zur ‚Ganzheit‘ des geteilten Körpers. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): *Körperteile. Eine kulturelle Anatomie*. Hamburg 2001, S. 439-460, hier S.439.

5.4. Dritter Schritt: Das Bild im Kontext

In dieser Arbeit wird beiden Elementen, den freundschaftlichen Texten und den Bildern, Raum gegeben. Auch deshalb, weil, so Köck, das „Lesen“ [...] seit Mitte des 19. Jahrhunderts auch in zunehmenden Maße „Bildbetrachtung“¹, bedeute. Bilder werden „vom menschlichen Sinnesapparat anders verarbeitet als Texte, sie werden auf andere Art und Weise erinnert und sie folgen einer anderen, einer assoziativen Logik.“² Im Vergleich der Rezeption von Bild und Text stellt Ponweiser Vorteile für die Abbildungen fest:

„Bilder werden in der Regel vor dem Text betrachtet. Ihr Inhalt wird dadurch besser gelernt und behalten. [...] Bilder werden grundsätzlich besser behalten als Worte. [...] Zudem sind sie wirksame Erinnerungshilfen.“³

Kroeber-Riel gibt hingegen zu bedenken, dass Bilder selten eindeutig interpretiert werden. Komplexe, abstrakte Zusammenhänge lassen sich nur schwer ins Bild setzen.⁴

Das Sehen – in diesem Fall das Sehen einer Zeitschriftenseite – darf, darauf weisen Büttner und Gottdang hin, nicht als fotografischer Vorgang verstanden werden, sondern als „ein geistiger Akt, der sich erst in der kognitiven Leistung des Erkennens vollendet“⁵. Erkennen setze Erfahrung und Wissen voraus, je besser wir über bestimmte Vorgänge informiert seien, desto sicherer würden diese optisch erfasst.⁶ Das heißt auch, je besser die Rezipientinnen über das Freundschaftsbild der Freundin informiert sind, je eher dieses Bild dem kulturellen Freundschaftsverständnis der Leserinnen entspricht, desto besser ist der Widererkennungseffekt in den Illustrationen. Die Informationsebene eines Bildes wirkt ob dessen augenscheinlich angenommenen Wahrheitsgehaltes zwar direkter als ein Text. Trotzdem bleiben, so Knieper, „Bilder ohne kontextuale Einordnung in aller Regel vieldeutig“⁷. Text und Bild werden daher als Symbiose, als Ergänzung verstanden.⁸

In der alltäglichen Rezeption werden die Seiten der Zeitschrift als Einheit gescannt. Beim Durchblättern stechen – je nach Gestaltung und Betonung – abwechselnd Foto-Bilder und Text-Bilder, zum Beispiel Überschriften oder Bildunterschriften, ins Auge. Die Erkennung eines Freundschaftsbildes kann auf den ersten Blick also nicht nur von der Abbildung ausgehen, sondern auch über den mitgelieferten Text funktionieren. Dazu Knieper:

„Innerhalb eines Mediums geben die bildbegleitenden Kontexte Interpretationsmuster für die Bildwahrnehmung vor. Zugleich sind die Bilder selbst wiederum wirksame Interpretationsrahmen für die begleitende

¹ Köck, Christoph: Bilderfolgen. Wahrnehmungswandel im Wirkungsfeld Neuer Medien. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 199-209, hier S. 200.

² Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 37.

³ Ponweiser, Christian: Das Plakat als Werbemittel. Gestaltung, Rezeption und Wirkung anhand ausgewählter Beispiele. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2003, S. 80.

⁴ Vgl. Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 12-14.

⁵ Büttner, Frank und Anna Gottdang: Einführung in die Ikonographie, S. 11.

⁶ Vgl. Ebd. S. 11.

⁷ Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 37.

⁸ Vgl. Ebd. S. 40.

Berichterstattung. Text und Bild stehen somit in einem symbiotischen Verhältnis, in dem sich Lese- und Betrachtungsarten wechselseitig bedienen.“¹

Diese theoretischen Überlegungen sollen am Beispielbild von Seite 78 veranschaulicht werden. Das Motiv ist bekannt, jetzt gilt es die Umgebung zu betrachten: Wo ist das Bild positioniert? Wie groß ist es abgedruckt? Wie sieht die gesamte Seite aus? In der Interpretation eines Bildes spielt – gerade im medialen Kontext – sein Umfeld eine wesentliche Rolle.

Stellt man das Bild der lächelnden jungen Frauen in seinen tatsächlichen Kontext (Abb. 51) wird deutlich, dass es erstens eine relativ dominante Position auf der Seite einnimmt und zweitens, dass es von Text umgeben ist. Die Ressortüberschrift direkt im Bild lässt eine missverständliche Interpretation des Naheverhältnisses der beiden Frauen erst gar nicht aufkommen: Mit „unter freundinnen“ ist eine eindeutige Definition zu lesen. „Die perfekte Ergänzung“, heißt es darunter. Daneben wird diese Behauptung noch einmal konkretisiert: „Die eine liebt die Ordnung, die andere das Chaos. Die Schauspielerinnen [...] sind grundverschieden – und trotzdem ein tolles Team.“ Und das schon „seit zehn Jahren“, wie über die Bildunterschrift bekannt gegeben wird. (Vgl. 26/2005, S. 125) Einkreist von derartigen Formeln des Vertrauens und Zusammengehörens wird die freundschaftliche Interpretation das Bild nahezu vorausgesetzt.

„Die gedankliche Bildverarbeitung erfolgt in enger Wechselwirkung mit der Sprachverarbeitung. Es ist deswegen zu erwarten, daß sprachliche Zugaben zu einem Bild die Verarbeitung des Bildes wesentlich beeinflussen und umgekehrt.“²

Generell werden in der Bild-Text-Betrachtung zwei Wirkungen unterschieden – wobei Texte, die unter oder neben dem Bild platziert werden, mehr Beachtung erhalten.³ Mit Kroeber-Riel lässt sich feststellen: Tritt der Text vor der Wahrnehmung des Bildes auf, wird die Aufnahme und Speicherung der Abbildung erleichtert (Priming-Effekt⁴), die sprachlichen Hinweise „stimmen auf das Bild ein“.⁵ Wirken Sprache und Illustration gleichzeitig auf den Betrachter ein, so ändert sich die Art und Weise, wie das Bild aufgenommen und verstanden wird. Wird



Abb. 51

¹ Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 40.

² Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 178.

³ Vgl. Bernhard, Ulrich: Blickverhalten und Gedächtnisleistung beim visuellen Werbekontakt. Unter besonderer Berücksichtigung von Platzierungseffekten. Frankfurt am Main 1978. Zitiert nach: Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. München 1996, S. 61.

⁴ Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 178.

⁵ Vgl. Ebd. S. 178.

das Bild bezeichnet („labeling“¹), kann sich die Einstellung des Betrachters zum Dargestellten verändern, es bekommt mehr Aufmerksamkeit. Diese zusätzliche Aktivierung kann sich durch die Positionierung des Textes (oder eine bestimmte inhaltliche Lenkung) auch auf einen Bildausschnitt konzentrieren. Durch den Text (die Headline) schränkt sich der Interpretationsspielraum für den Betrachter ein, Bildverständnis und somit die Erinnerung werden verbessert. Dies funktioniert allerdings nur, wenn der Text in irgendeiner Weise zum Bild passt,² denn: „Das Bild ist sozusagen das ‚Tor zum Textverständnis‘“³.

Die Bild-Text-Kombination der Freundin wirkt auf mehreren Ebenen. Erstens: die angelegten Freundschaftsbilder. In Rubriken wie *unter freundinnen*, die als wiederkehrendes Element jeweils mit einer ähnlichen Idee von Bilderfreundinnen illustriert sind, kann diese Bedeutungsebene gelernt werden. Mit der Zeit ist es wahrscheinlich, dass die Leserinnen automatisch wissen, dass es sich auf den Bildern in diesem Ressort um Freundinnen handelt. Dieser Wiedererkennungseffekt funktioniert in dem Fall sogar, wenn die aktuellen Texte noch nicht gelesen sind, weil der grundsätzliche Inhalt (es geht um Freundinnen) bereits bekannt ist. Ähnliches passiert in den älteren Ausgaben auf der Seite *Kontakte nonstop*. Hier sogar noch deutlicher, weil weder in der Überschrift noch in einer direkten Bildbeschriftung auf das Freundschaftsthema hingewiesen wird. Die Illustration wird schon dadurch freundschaftlich aufgewertet, wenn die Leserin weiß, dass es sich um Freundschaftsannoncen handelt. Beim Layout-Element *Tipp unter Freundinnen* liegt eine ähnlicher Situation vor: Das Logo (die Zeichnung von zwei Frauen, von der eine der anderen ins Ohr flüstert) wird erkannt, der Sinn mitgeliefert. Da in diesem Fall Bild und Text eine Einheit bilden, kann es kaum ohne die sprachliche Zuschreibung wahrgenommen werden – ein anschauliches Exempel für das oben beschriebene „labeling“⁴.

Auf einer weniger dominanten, nicht seriellen, Ebene sind jene Bilder einzuordnen, die direkt – über die Bildunterschriften – als Freundschaftsbilder definiert sind. Die Beziehung von zwei Männern, die in einer Sauna sitzen (ihre Hüften und Köpfe sind mit Handtüchern verdeckt), wird über den Text „Kumpel lieben frauenfreie Zonen“ (22/2005, S. 106) erklärt. Und aus zwei Frauen, die im Kopfstand auf einer Couch stehen, wird durch die Zeilen „Glücksfaktor Freundschaft: Lassen Sie Ihre Liebsten an Höhen und Tiefen teilhaben. Dann fühlen Sie sich nie allein“ (1/2006, S. 105) ein Freundinnen-Duo, das immer füreinander da zu sein scheint. An diesen beiden Beispielen wird deutlich, dass derartige Textelemente zwar auf Freundschaft verweisen, aber nicht unbedingt konkret mit dem Bild zu tun haben. Sie beziehen sich auf einzelne Ideen aus dem Gesamttext, die in den Illustrationen noch einmal aufgegriffen werden. Direkte Bildbeschreibungen wirken nicht so auffällig wie knallige

¹ Kroeber-Riel, Werner und Franz-Rudolf Esch: Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze (= Kohlhammer Edition Marketing). Stuttgart 2004⁶, S. 255.

² Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 178-186.

³ Kroeber-Riel, Werner und Franz-Rudolf Esch: Strategie und Technik der Werbung, S. 254.

⁴ Ebd. S. 255.

Überschriften. Ziehen die Bilder jedoch die Blicke der Leserinnen auf sich, werden die Texte trotzdem schnell wahrgenommen.

Beispiele für den „Priming-Effekt“¹ lassen sich in jenen Geschichten finden, die inhaltlich auf einen freundschaftlichen Kontext Bezug nehmen, etwa in dem Report über Freundeskreise mit dem Titel „Freundschaften fürs Leben“ (Vgl. 26/2005, S. 111-114). Eine derartige Überschrift wird bereits beim Durchblättern gesehen, die kommenden Bilder werden vorinterpretiert. Dieser Mechanismus wird auch im Kontext von Anzeigen eingesetzt. Mit Überschriften wie „Aktion: Die Tigras-Freundin 2005“ (11/2005, S. 93) oder „Gesucht: Meine Freundin!“ (11/2006, S. 165) wird die Interpretation der zugehörigen Fotos als Freundschaftsbilder vorgegeben (Abb. 52 und 53).

Schließlich gibt es noch jene Art von Abbildungen, bei denen zuerst der Konnex zum Freundschaftsbild funktionieren muss, damit der Text richtig verstanden wird. Zwei Beispiele sollen dies erläutern: Beim ersten handelt es sich um eine ganzseitige Werbeeinschaltung, auf der zwei Frauen (eine dunkelhaarig, eine blond) lachend gezeigt werden, ihre Körper scheinen sich zu berühren, selbst wenn der Berührungspunkt nicht erkennbar ist. In Fettdruck steht auf Schulterhöhe der Satz: „Endlich eine Pflege, die so aktiv ist wie wir.“ (14/2005, S. 83) Das zweite Beispiel stammt aus dem redaktionellen Teil und zeigt ein Bild, auf dem zwei Frauen – Kopf an Kopf – im Bikini auf einem Strand liegen, im Hintergrund spiegelt sich die Sonne im Meer. Die Überschrift darunter lautet: „Ich will Urlaub von der WM!“ (10/2006, S. 176) Beide Textteile enthalten keinen direkten Hinweis auf ein Befreundetsein. Und trotzdem funktionieren sie bildprägend. In den Texten wird subtiler gearbeitet und statt eines konkreten Wortes wie ‚Freundin‘ oder ‚Freund‘ eine möglichst weithin bekannte Idee von Freundschaft genützt. Sie wirken damit – ebenso wie die anderen vorgestellten Textoptionen – als Interpretationshilfen.

Nachdem in Grundzügen vorgestellt wurde, wie unsere Wahrnehmung mit diesen Bild-Text-Kombinationen umzugehen weiß, sollen nun sowohl die verbalen als auch visuellen Bilderfreundinnen ins Visier genommen werden. Schwerpunkt des folgenden Kapitels wird die Frage nach der Sinnlichkeit und



Abb. 52



Abb. 53

¹ Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 178.

Sichtbarkeit von Freundschaft und auf Grund der Vorgaben des Untersuchungsmaterials im Besonderen von FrauenFreundschaft sein.¹ Es geht dabei um das oben angedeutete Problem der Abbildung von Empfindungen. Wie wird versucht, Stimmungen und Gefühle, wie geistige Nähe, ein positives Miteinander oder eine enge Bindung ins Bild zu setzen?

¹ Siehe auch: Abschnitt *Das Freundschaftsbild in der Freundin in Zahlen*.

FREUNDINNEN

1. EINFÜHRUNG
2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT
3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?
4. DIE BLATTLINIE – FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE
6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES
11. METHODE
12. VERZEICHNISSE

6. Sichtbarkeit und Sinnlichkeit

„Aber schmecken und tasten kann ich all die Lieben nur,
wenn ich sie ganz dicht bei mir habe [...].“¹

Das folgende Kapitel widmet sich der Darstellung von FrauenFreundschaft als einer – im wahrsten Sinn des Wortes – *sinnlichen* Sache. Sehen. Fühlen. Schmecken. Hören. Riechen. Die Naturwissenschaft spricht von fünf organischen Sinnen beim Menschen. Diese lassen sich – je nach Betrachtungswinkel – in unterschiedliche Kategorien einteilen. So zum Beispiel nach ihrer Verortung. Es gibt jene Sinne, die am ganzen Körper stattfinden (Haut) und jene, die sich auf einen Ort unseres Körpers reduzieren lassen (Augen, Ohren, Nase, Zunge).² Geht es um die Verbindung zur Umwelt, so werden Nah- und Fernsinne unterschieden. Geschmack und Tastsinn verlangen nach Nähe, Sehen und Hören werden als Fernsinne kategorisiert. Der Geruchssinn nimmt eine Mittelstellung ein, da er einerseits die Ferne wahrnimmt, andererseits der wahrgenommene Geruch durch die Nase direkt in uns eindringt und aufgenommen wird.³

Kulturelle und biologische Zuschreibungen, die mit diesen einzelnen Sinnen verbunden werden, tauchen als Symbole in der freundschaftlichen Bilderwelt auf. Das zuhörende Ohr, die aufmerksamen Augen, die tastende Berührung, das metaphorische ‚Sich-riechen-Können‘ und das gemeinsame Geschmackserlebnis werden zu Zeichen dafür, was FrauenFreundschaft auszumachen scheint: nämlich Vertrauen, Gemeinschaft, Fürsorge, Zuneigung oder Nähe. Es sind dies die immer wiederkehrenden Motive, die als freundschaftliche Randpfeiler sowohl fotografisch als auch verbal umgesetzt werden. Dadurch wird die faktische Nichtdarstellbarkeit des heterogenen Begriffs Freundschaft umgangen und stattdessen das abstrakte Gefühl der Zusammengehörigkeit über unterschiedliche Darstellungsmomente sichtbar gemacht.

Dass es bei der Abbildung von spezifisch *weiblicher* Freundschaft zu teilweise problematischen Aussagen im Sinne eines „Doing Gender“ kommt, überrascht nicht. Anhand ergänzender Zitate soll jedoch gezeigt werden, dass derartige Vorstellungen von Weiblichkeit kein Resultat der aktuellen Medienlandschaft sind, sondern diese ihre Vorbilder in verschiedenen anderen Quellen gefunden haben.

¹ Unbekannter Verfasser. Zitiert nach: Jütte, Robert: Geschichte der Sinne, S. 345.

² Vgl. Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne (= Orbis Phaenomenologicus, Bd. 12). Würzburg 2005, S. 57.

³ Vgl. Ebd. S. 23.

6.1. Die Bildebene

Intimität, darauf weist Argyle hin, wird durch die Dauer des Kontaktes, durch Nachdrücklichkeit und Nähe ausgedrückt.¹ Im Bild wird dieser Eindruck verstärkt, indem der Moment der Berührung oder des Blickes gewissermaßen eingefroren ist und die Bilderfreundinnen in ihrer Nähe zueinander verharren. Im folgenden Kapitel ist von Heimlichkeit die Rede, von Aufmerksamkeit, Einigkeit und Innigkeit. Berührungen, gefasste Hände, umschlungene Arme und umarmte Körper, werden im Vergleich mit anderen Quellen zum Ausdruck emotionaler Nähe und verbindlicher Intimität. Das Schmecken als gemeinsamer Geschmack dient zur Illustration verbindender Erlebnisse. Im Hören und Zuhören wird Kommunikation ins Bild gesetzt, ein Element, dem vom Untersuchungsmaterial besonders für FrauenFreundschaft ein zentraler Aspekt zugeordnet wird. Schließlich bleibt das Riechen als jene Sinneswahrnehmung, die von außen kommt und tief in den Körper eindringt. Sich nahe zu kommen, zeigt, dass man sich *riechen kann*. Diese Nähe wird als Sympathiebekundung der Bilderfreundinnen wiedergefunden.

Sehen

„Die Sinne erfahren im Verlauf der Ausdifferenzierung der Kulturtechniken eine deutliche Hierarchisierung, wobei dem Sehsinn eine dominante Position zukommt, da er als Garant außerordentlicher Erkenntnis gilt. [...] die Visualität [steht] für eine erhöhte Präsenz, Authentizität und Eindrücklichkeit“²,

erklärt Flach. So habe sich der Sehsinn kulturgeschichtlich zum wichtigsten Sinn entwickelt, zum sogenannten Leitsinn:

„Das Auge wird im Verlauf der kulturellen und wissenschaftlichen Parzellierung des Körpers als ein besonders repräsentatives Organ positioniert. Es entwickelt sich innerhalb der daraus entstehenden Genealogie der Sinne zum Leitsinn.“³

Das Sehen dient vorwiegend einer Überbrückung von Distanzen. Zwei oder mehrere Personen, die einander anschauen, gewinnen optisch an Nähe. Sie scheinen einander nahe zu sein. Dazu Flach weiter:

„Sehen stellt ‚Fernnähe‘ her, das heißt, der Gesichtssinn kann die Distanz zwischen den zu erblickenden Dingen überbrücken und gleichzeitig in der Wahrnehmung erhalten.“⁴

Diese Bedeutung, die das Sehen im Alltag erhält, spiegelt sich in der medialen Darstellung von Alltagsszenen wider. Im vorhandenen Bildmaterial wiederholen sich fünf charakteristisch freundliche Posen, die sich unter den Schlagworten Aufmerksamkeit, Heimlichkeit, Einigkeit und Innigkeit zusammenfassen lassen. Dabei werden drei Blickrichtungen sichtbar: der

¹ Vgl. Argyle, Michael: Körpersprache & Kommunikation. Das Handbuch zur nonverbalen Kommunikation. Paderborn 2005⁹. S. 244f.

² Flach, Sabine: Das Auge. Motiv und Selbstthematisierung des Sehens in der Kunst der Moderne. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 49-65, hier S. 50.

³ Ebd. S. 49.

⁴ Ebd. S. 50.

gemeinsame Blick auf etwas, der aufeinander bezogene Blick und eine daraus resultierende Mischform.

Heimlichkeit. Eine Person deutet in eine Richtung, beide wenden sich dorthin, als gäbe es dort etwas Besonderes zu sehen. (Abb. 54) Offenbar schauen die Bilderfreundinnen auf etwas, das für die Betrachterin des Fotos nicht sichtbar ist. Wie bei einem geteilten Geheimnis, wird die Betrachterin ausgeschlossen, die ‚Freundinnen‘ werden als abgeschlossene Einheit gezeigt. Ähnlich funktioniert die Darstellung, wenn beide Personen wie auf Abb. 55 in Richtung Kamera schauen, allerdings nicht direkt in die Linse, sondern vielmehr über den Fotografen hinweg, als ob sich dort gerade etwas Interessantes abspielte.

Aufmerksamkeit. Die Blicke der Darstellerinnen konzentrieren sich auf etwas innerhalb des Bildes. Schneidet man die Blickachsen, trifft sich der Blick auf einem Objekt, das demnach meist in der Mitte des Fotos positioniert ist. Durch diese Art der Choreografie wird dem Gegenstand erhöhtes Interesse zugestanden, vor allem wenn der Gegenstand zusätzlich in eine Handlung eingebaut wird. Beispielsweise schenkt eine ‚Freundin‘ ein Glas Sekt ein, die andere beobachtet dieses Tun gebannt. Die Blicke treffen sich auf dem Glas. (Abb. 56) Nicht nur die abgebildeten Personen wenden sich dem Objekt zu, auch die Aufmerksamkeit der Betrachter wird dorthin gelenkt. Sind nicht nur zwei, sondern drei oder mehrere Bilderfreundinnen abgebildet, schafft die Konzentration dieses Blickes auf einen Gegenstand eine noch intensiver wirkende Aura von Gemeinsamkeit, Nähe und Zusammengehörigkeit (Abb. 57). Diese beiden ersten Blickwinkel erwecken den Eindruck eines spontanen Bildes. Als ob die ‚Freundinnen‘ bei einer Tätigkeit fotografiert würden ohne es zu bemerken.

Einigkeit. Eine dritte Variante hingegen lässt die Bilderfreundinnen direkt in die Kamera blicken (Abb. 58). Dabei kommt – wie Flach¹ zu bedenken gibt – in der medialen Darstellung des Sehens eine verwirrende Doppeldeutigkeit zu tragen: Der Blick in die Kamera zieht den Betrachter in die Gruppe hinein. Einerseits werden die Augen als sehendes Organ abgebildet, andererseits ‚sieht‘ sozusagen die Kamera selbst. Oder anders ausgedrückt: Der Betrachter des



Abb. 54



Abb. 55



Abb. 56



Abb. 57

¹ Vgl. Flach, Sabine: Das Auge. Motiv und Selbstthematization des Sehens in der Kunst der Moderne. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile, S. 49-65.



Abb. 58

Fotos erkennt den Blick, den die Kamera auf eine Szene geworfen hat.

„Die technischen Medien dominieren [...] das Verständnis des Sehprozesses. Gleichzeitig symbolisieren sie – stigmatisch für die zeitgenössische Kunst – das künstlerische Sehen und fungieren als Augenersatz.“¹

Auf einer dritten Ebene könnte man außerdem den indirekten Blick hinzunehmen, wenn die Betrachterin das Auge auf dem Bild sieht – das Sehorgan Auge durch das Sehorgan Kamera mit ihrem eigenen Sehorgan Auge wahrnimmt: Durch die Linse der Kamera bzw. durch das Auge des Fotografen entsteht eine Aufnahme einer freundschaftlichen Zweisamkeit, die die Rezipientin mit ihrem eigenen Auge betrachten und dadurch indirekt partizipieren kann.

Innigkeit. Die Bilderfreundinnen schauen sich an. Innerhalb des Bildes kann entweder eine Handlung stattfinden (eine Freundin zieht sich gerade Schuhe an und schaut währenddessen der anderen aufmerksam ins Gesicht, so als würde sie gespannt auf ihr Urteil warten, Abb. 59) oder in der Aufnahme des Blickes verharren. (Abb. 60) Nach Mikunda ist diese Positionierung generell geeignet, um Anziehungskraft zu veranschaulichen:

„Wenn sich zwei Personen bereits so nahe gekommen sind, daß sich zwischen ihren Gesichtern induzierte Spannung einstellt, ist das in unserem Kulturkreis ein deutliches Anzeichen für Intimität. Es überrascht daher nicht, daß der profile two shot zur klassischen Kameraeinstellung für Filmliebepaare wurde: zwei Gesichter, die wie magnetisch aufeinander zustreben.“²

Geometrische Figuren können, so der Medienpsychologe, unterschiedlich starke Spannungen erzeugen. Während ein Kreis als in sich ruhend empfunden wird, erzeugt ein Dreieck starkes optisches Gewicht, dem das Arrangement des Umfelds angepasst werden muss. Schauen sich zwei Personen an, bilden die Köpfe mit den Nasen im Profil ein angedeutetes Dreieck. Die Personen ziehen sich optisch an, egal ob es sich dabei um Liebes- oder Freundschaftspaare handelt.³



Abb. 59



Abb. 60

¹ Flach, Sabine: Das Auge. Motiv und Selbstthematization des Sehens in der Kunst der Moderne. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile, S. 56.

² Mikunda, Christian: Kino spüren, S. 43.

³ Vgl. Ebd. S. 32f.

Die Bilderfreundinnen grenzen sich in ihrer Intimität von der Umwelt und von der Betrachterin ab. Ihre Blicke sprechen von Offenheit und Vertrautheit, sie schenken sich vermeintlich Aufmerksamkeit. Für die Betrachterin besitzt die Situation etwas tendenziell Voyeuristisches. Man scheint zwei Personen zu beobachten, die den Fotografen nicht wahrnehmen.

Eine letzte Form, eine Mischform, vervollständigt die Aufzählung: In dieser – häufig verwendeten – Variante wird einerseits die Nähe der Freundinnen zueinander betont, die Betrachterin dabei (werbewirksam) aber nicht ausgegrenzt. In der Darstellung zweier Personen blickt eine Bilderfreundin auf die andere, während die zweite direkt in die Kamera sieht. Die Blicke der Darstellerinnen treffen sich nicht, die Blickachse geht aus dem Foto heraus (Abb. 61). Bei mehreren Personen teilen sich die Blicke choreografiert zufällig auf. Über die Anordnung der Blicke wird darauf geachtet, dass nicht eine einzelne Person zu weit in den Vordergrund rückt (Abb. 62). Diese Bilder zeigen ein Stück Vertrautheit, dem jedoch die Exklusivität einer geschlossenen Beziehung fehlt. Eine Strategie, die die Betrachtende nicht allein lässt.¹

Diese Bilder wirken vergleichsweise natürlich, die Blicke nicht gerichtet. In der Verbindung von Blick und Berührung bzw. Nähe werden unterschiedliche Naheverhältnisse vorgegeben, die die Darstellerinnen auf die gleiche Stufe stellen. Es wird eine Situation geschaffen, in der innerhalb einer Gruppe nicht eindeutig zwei Personen näher zusammengehörig interpretiert, sondern die Bilderfreundinnen als gleichwertig, hierarchisch auf einer Ebene, verstanden werden können.



Abb. 61

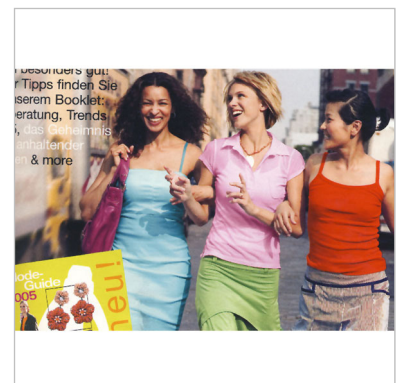


Abb. 62

¹ Vgl. u. a. Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 246. In der Untersuchung von Propagandafotos erläutert Schmidtke hier genderspezifische Darstellungsmuster von Mädchen und Buben. Der – zum Betrachter hin – offene Kreis wird als Bild von Offenheit gelesen, welches dem Betrachter die Identifikation mit den Mädchen leichter mache.

Fühlen

Der Tastsinn gilt als der ursprünglichste Sinn, der schon bei Neugeborenen die wesentlichsten Sinneseindrücke liefert; ein Spüren, das, so Diaconu, mit „emotionaler Wärme“¹ verbunden ist und sich positiv auf die Entwicklung des Kindes auswirkt.² Physiologisch wird der Tastsinn, neben der Tiefensensibilität, dem Temperatur- und dem Schmerzsinne, zu den vier Modalitäten des haptischen Sinnessystems gezählt. Er

„ist verantwortlich für den Druck, die Berührung, die Vibration und die Kitzelempfindungen [...]. Die(se) Sensoren befinden sich auf der ganzen Haut, doch am dichtesten sind sie an den Fingerkuppen, auf den Lippen und auf der Zungenspitze.“³

Während noch im 18. Jahrhundert die Begriffe *Fühlen* und *Empfinden* gleichbedeutend verwendet wurden, wird später, nach Benthien, das „Fühlen [...] tendenziell mehr als sinnliches Empfinden, als mehr geistig-seelisches Erleben verstanden“⁴, wobei das „plurale, über den ganzen Leib verteilte Fühlen [...] kulturgeschichtlich nicht nur mit der infantilen und frühpubertären, sondern auch (und zumeist negativ) mit der weiblichen Sexualität assoziiert“⁵ wird.

Das Organ des Tastsinns ist die Haut. Sie bildet als größtes Organ des Menschen die Grenze zwischen innen und außen. Benthien spricht von einer: „[...] Berührungssehnsucht, die die Metaphorik der Haut [...] prägt und trägt. [...] Die Haut wird zur Hülle, zum Schutz, sie ist warm, sanft, anschniegbar und kuschelig.“⁶ Gleichzeitig gehört sie zum Inneren, ist Teil einer jeden Person. Dazu Pazzini:

„Die Haut ist Blickfang, der Blick geht nicht durch sie hindurch, was hinter der Haut passiert, muss vorgestellt werden. Die an der Oberfläche sichtbaren und fühlbaren Veränderungen werden zum Anhaltspunkt für Vorstellungen über das, was im Innersten passiert.“⁷

Die Haut umgibt alles, sie stellt den einzig möglichen direkten Kontakt zur Umgebung dar. Wesentlich dafür ist der Tastsinn. Die Nerven in unserer Haut ermöglichen es, unsere Umgebung wahrzunehmen: warm, kalt, weich, hart, rund, kantig, rau, ... Es gibt viele Worte für das, was es zu be-greifen gibt. Ein Ding, eine Person, kann sich gut anfühlen, auch im übertragenen Sinn, wenn sich die Anwesenheit einer freundlichen Person gut anfühlt. Schon früh in der Geschichte wurde, so Benthien, „der *tactus* als Sinn der Intimität verstanden, da er

¹ Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken, S. 69.

² Vgl. Ebd. S. 69.

³ Ebd. S. 64.

⁴ Benthien, Claudia: Haut. Literaturgeschichte – Körperteile – Grenzdiskurse. Reinbeck bei Hamburg 1999, S. 224.

⁵ Ebd. S. 247.

⁶ Pazzini, Karl-Josef: Haut. Berührungssehnsucht und Juckreiz. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 153-173, hier S. 153.

⁷ Ebd. S. 157.

– im Gegensatz zum Gesichtssinn, Gehör und Geruch, ein Kollektiverlebnis wesentlich ausschließt.“¹

Menschen berühren unterschiedlich gerne und werden unterschiedlich gerne berührt. Neben individuellen Bedürfnissen spielt hier vor allem die Frage nach dem *Wer?* eine wichtige Rolle.

„[...] Gemeinschaften (des Paares, der Familie, der Gleichgesinnten im Allgemeinen) [sind] ohne Berührungen undenkbar; sogar die körperliche Nähe bei politischen Demonstrationen und in Menschenschlangen, in den öffentlichen Verkehrsmitteln und im Publikum ist ein gesellschaftsgründender Faktor.“²

Obwohl Diaconu selbst unter Fremden der Berührung eine gesellschaftsgründende Funktion zuspricht, kann es unfassbar (im wahrsten Sinn des Wortes) sein, wenn man von einer Person berührt wird, die einem unbekannt und/oder unangenehm ist. Die Situation wird rasch peinlich. Lässt sich die Berührung (wie zum Beispiel in einem überfüllten Lift) nicht vermeiden, werden Automatismen wach: Man ignoriert einander, senkt den Blick, tut so, als wäre der andere nicht da. Jemanden an seiner Seite zu fühlen, bewirkt nur dann ein gutes Gefühl, wenn dieses Fühlen auch im Inneren vorhanden ist. Stimmen Außen und Innen zusammen, ist Vertrauen und Wohlbefinden möglich. Zwei oder mehrere Personen, die einander angreifen, berühren, nahe kommen und darauf positiv reagieren (durch einen offenen, *freundlichen* Blick; ein Lächeln), scheinen sich auch innerlich nahe zu stehen.

Benthien gibt zu bedenken, ob Berührungen als Kommunikationsmittel verstanden werden können, da die Haut als Kommunikationskanal keine eindeutig verstehbare Kodierung garantieren könne.

„Natürlich können einzelne Berührungsgesten, etwa das Auflegen der Hand auf die Schulter oder den Arm des anderen, polysemen Bedeutungen unterliegen, sie sind aber, da es sich um nicht-konventionalisierte Gesten handelt, nicht dekodierbar wie sprachliche Zeichen. Zudem meinen viele Berührungen nicht etwas, sondern sind es bereits (zum Beispiel: Zuneigung, Begehren oder Wut). Sie stehen nicht mittelbar für etwas anderes – repräsentierend wie die Sprache –, sondern sind referenzlos.“³

In der Gestaltung der Freundschaftsbilder werden Berührungen nicht zufällig oder alltäglich verwendet, sondern nehmen als symbolische Gesten, als absichtlich choreografierte Posen, eine eigene Funktion ein. Als – wiederkehrende – strukturierte Darstellungsweise sind sie Interpretationshilfen, Erkennungsmerkmale. Die Gesten des Berührens können mit Mattenklott als Repräsentanten von Nähe verstanden werden.⁴

¹ Benthien, Claudia: Haut, S. 267.

² Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken, S. 70.

³ Benthien, Claudia: Haut, S. 271.

⁴ Vgl. Mattenklott, Gundel: Berührend berührt. Die Ästhetik des Tastsinns. In: Universitas 52 (1997), S. 1050-1064, hier S. 1050.

Diese Repräsentanten von Nähe finden sich nicht nur im freundschaftlichen Kontext, auch in der Familiendarstellung werden sie als ein Zeichen intimer Vertrautheit interpretiert. Ellinger zeigt im Rahmen einer Untersuchung von Malereien aus dem Biedermeier, dass

„Gesten der Verbundenheit und Emotionalität [...] das ‚Bildgeschehen‘ [dominieren]. Diese konzentrierten Bildformen verdeutlichen den neuen Typus der bürgerlichen Klein- und Kernfamilie. Gleichsam wie das dichte Rankwerk der Pflanzen ist jedes Familienmitglied mit den anderen in Liebe verbunden, von ihnen gestützt und kann so zu einem glücklichen Individuum heranwachsen.“¹

In der freundschaftlichen Bildgestaltung sind mehreren Berührungsarten zu unterscheiden: Der Kontakt findet entweder über einen Berührungspunkt am Kopf (Wange, Schulter, Stirn), durch die Hände oder durch eine Umarmung/Umschlingung des ganzen Körpers statt.

Gefasste Hände

Das Greifen einer anderen Hand muss an sich noch nicht als freundschaftliche Geste gedeutet werden. Es kann – kulturell unterschiedlich konnotiert – unter Fremden erfolgen, zum Beispiel beim höflichen Händeschütteln zur Begrüßung, oder zum Besiegeln einer Abmachung. Es kann andererseits „für ein besonderes Treueverhältnis stehen“², darauf weist unter anderem Flaig hin. Als Gebärde der Freundschaft werden die gefassten Hände nicht als Begrüßung, als Handschlag (rechte Hand und rechte Hand) gezeigt, sondern als ein schutzzvolles Festhalten; nicht als konfrontierende Haltung (man steht sich nicht gegenüber), sondern als ein freundliches Seite an Seite (rechte Hand und linke Hand). Die kleine Umarmung zeigt die scheinbar gewohnte Nähe zwischen zwei freundschaftlich Vertrauten (Abb. 63).³

Jemanden an der Hand zu nehmen, gilt als ein Zeichen des Schutzes. Jaumeandreu sieht darin die Aussage an die Umwelt: *Wir gehören zusammen*.⁴ Das Halten der Hände überbrückt die Distanz vom *Ich* zum *Wir*:

„Zwei einander an den Händen haltende Menschen bedeuten Liebe und Zuneigung. [...] [Die] Hände bilden einen ununterbrochenen Kreis der Freundschaft.“⁵

Woher kommt das Verständnis für diese symbolische Geste? „Hand-Signale mit herkömmlicher Bedeutung werden von Kindern wahrscheinlich durch direkte Imitation oder durch Belehrung gelernt“⁶, so Argyle. Die Erfahrung, *„Jemand hält mich an der Hand“* als Synonym für *„Jemand beschützt mich“* erfahren die meisten Kinder spätestens ab dem

¹ Ellinger, Brigitte: Das biedermeierliche Familienporträt im Freien. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2004, S. 21 f.

² Flaig, Egon: Zwingende Gesten in der römischen Politik. In: Dülmen, Richard van u. a. (Hg.): Neue Blicke, S. 45.

³ Vgl. Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache. Rastatt 1998, S. 59f. und Bruce-Mitford, Miranda: Zeichen&Symbole, S. 75.

⁴ Vgl. Jaumeandreu, Raimon Graja: Freundschaft, Liebe, Sympathie, S. 80.

⁵ Bruce-Mitford, Miranda: Zeichen & Symbole. Die verborgene Botschaft der Bilder. Stuttgart u. a. 1997, S. 75.

⁶ Argyle, Michael: Körpersprache & Kommunikation, S. 19.

Moment, wo sie ihre ersten eigenen Schritte machen. Später tritt diese Schutzhaltung in unterschiedlichsten sozialen Kontexten wieder hervor. Jemanden an der Hand zu halten, darauf weist Kiener hin, jemanden an der Hand zu stützen, symbolisiere Fürsorge. Es drückt aus: *„Ich bin für dich da“*.¹

Auf dem am Anfang des vorigen Kapitels eingeführte Beispielbild² wird die Gebärde der gefassten Hände als eine Anspielung auf ein demokratisches, völlig gleichberechtigtes Naheverhältnis deutlich. Betont wird diese Gleichberechtigung dadurch, dass jeweils die rechten Hände der Frauen die unten liegenden sind, die linken Hände jeweils in einer symmetrisch gespiegelten Position in diese Hände gelegt sind. Es ist also nicht nur die Grundposition gleichwertig ausgelegt, auch die Position selbst wird zwischen den beiden Freundinnen variiert, um so einmal mehr die Ausgeglichenheit des (Macht-)Verhältnisses in diesem Beziehungsmuster zu betonen. Dass auch noch jene Frau in die Kamera schaut, welche mit dem Gesicht verkehrt zum Betrachter liegt, ist ein zusätzliches Detail, welches die Aufmerksamkeit auf beide Bilderfreundinnen gleichmäßig verteilt.

Auf dem Weg vom *Mir* zum *Dir* folgt auf die Hand der Unterarm. Die Berührung des Unterarmes verringert die Distanz zwischen den beiden Personen, nähert sich ein wenig mehr dem Torso, dem Leibeszentrum, an. Abb. 64 zeigt zwei Frauen, die über eine Almwiese gehen. Die beiden Frauen blicken sich an, ihr Körperabstand beträgt etwa einen halben Meter, sie befinden sich gegenseitig in ihrer Intimzone.³ Die Frauen fassen sich am Unterarm, nahe dem Ellbogen. Der Griff wirkt nicht fest, die kleine Umarmung wird nur angedeutet. Dabei berühren sich nicht nur die Hände, sondern es ist mehr Körperfläche, mehr Haut im taktilen Einsatz. Nach Bruce-Mitford steht der Arm symbolisch für die Tat.⁴ Statt des ikonisch aufgeladenen Händedrucks wird hier eine Geste der gegenseitigen tatkräftigen Unterstützung eingeführt.

Wandert der Berührungspunkt zu den Oberarmen, nähern sich die Körper einmal mehr an. Trotzdem wird diese Geste als weniger intim gelesen – der Kontakt ist ein passiver, er kann auch zwischen



Abb. 63

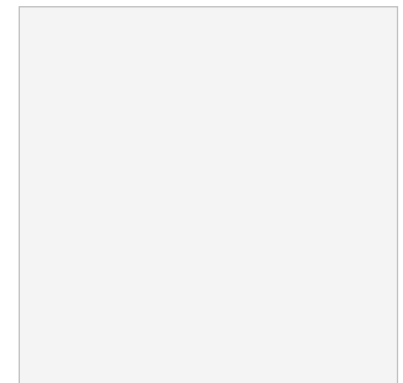
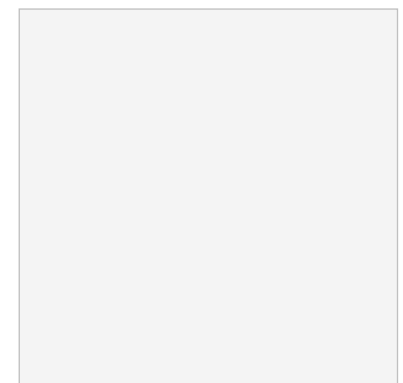


Abb. 64



¹ Vgl. Kiener, Franz: Hand, Gebärde und Charakter. Ein Beitrag zur Ausdruckskunde der Hand und ihrer Gebärden. München 1962, S. 304f.

² Siehe S. 78.

³ Siehe auch S. 118f.

⁴ Vgl. Bruce-Mitford, Miranda: Zeichen & Symbole, S. 75.



Abb. 65

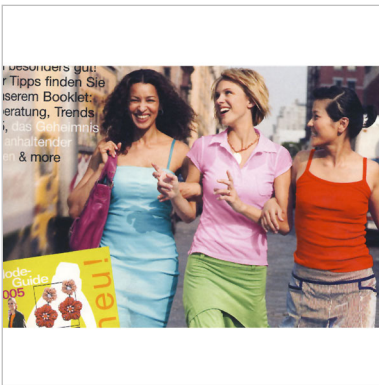


Abb. 66

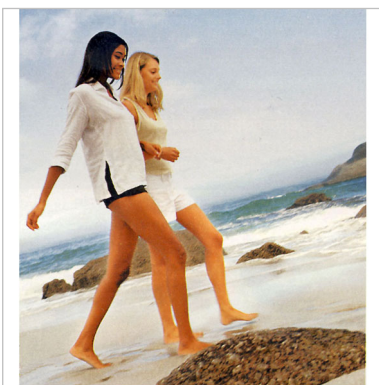


Abb. 67



Abb. 68

fremden Menschen passieren. An überfüllten Orten ist es nicht ungewöhnlich, dass sich die Oberarme von Unbekannten berühren, der Arm schützt dabei den Leib vor der fremden Nähe. Damit Freundschaftsbilder mit diesem Motiv trotzdem funktionieren, reicht in diesem Fall die Berührung allein nicht aus. Es entscheidet der Blick, die Körpersprache als Ganzes: Sind die Personen entspannt? Ordnet der Blick Nähe zu? Wie neigen sich Kopf und Rumpf? Eine entspannte, einander zugewandte Position lässt den Anschein von Nähe entstehen.¹ Die Mimik unterstützt die Bildaussage:

„[...] Auch das gegenseitige Drücken, ein Lächeln oder der Blick in die Augen des anderen werden während der Umarmung oft eingesetzt, um Wärme und Geborgenheit zu vermitteln.“²

Durch eine Spiegelung wird die Einigkeit der Bilderfreundinnen zusätzlich betont. (Abb. 65) Der Eindruck von Intimität kann verstärkt werden, wenn die Berührung nicht an der Armaußenseite stattfindet, sondern an der Innenseite. Beispielsweise, wenn eine Person sich bei einer anderen einhakt. Es geht – anders als bei symbolisch aufgeladenen – gefassten Händen nicht um eine Zurschaustellung von enger Vertrautheit, sondern um ein ‚locker-flockiges‘ Wir (Abb. 66 und 67).

Als nächster Berührungspunkt folgt dem Arm die Schulter. Sie wird sprichwörtlich zum Anlehnen angeboten, eine Zuschreibung, die in der Freundin gerne choreografiert wird. Die Schultern als Berührungspunkt setzen auf gesteigerte Intimität, die Arme als Schutz fallen weg, die Köpfe liegen vertrauensvoll nebeneinander (Abb. 68): „Dadurch, daß man jemanden an der Schulter berührt, sagt man ihm, daß man sich in seiner Anwesenheit wohl fühlt und er ruhig näher kommen kann“³, erklärt Jaumeandreu. Die Schulter wird zum entscheidenden Körperteil, wenn aus der kleinen Umarmung eine große werden soll. Das Wort selbst beschreibt die Aktion: UmARMung. Die Arme werden umeinander geschlungen. Auf den freundlichen Bildern handelt es sich bei der Umarmung um die Darstellung einer innigen Geste des Nahestehens. Auf Abb. 69 wird diese Nähe zusätzlich betont, indem sich die Bilderfreundinnen gemeinsam einhüllen, sie stecken im wahrsten Sinne des Wortes unter einer Decke. Zusätzlich werden, wie auf dem zweiten Beispiel

¹ Vgl. Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache, S. 100.

² Ebd. S. 39f.

³ Jaumeandreu, Raimon Graja: Freundschaft, Liebe, Sympathie, S. 80.

(Abb. 70), häufig die Köpfe zueinander geneigt: Das ungeschützte Darbieten des Kopfes kann als Ausdruck zusätzlicher Intimität und Vertrauens verstanden werden. Die Umarmung wird im Stehen und im Sitzen ins Bild gesetzt (Abb. 71). Eine sitzt auf einem Polster, die andere lehnt hinübergebeugt auf Schoß und Oberkörper der ersten, diese wiederum umarmt die Liegende. Beide blicken in Richtung Kamera. Das Lexikon der Körpersprache meint zu einer derartigen Pose:

„Zwei Menschen, die so umarmt beieinander sitzen oder stehen, teilen dieselbe Gefühlswelt. Der Blick beider ist ruhig und vertrauensvoll auf den gleichen Punkt gerichtet und spiegelt die Übereinstimmung auch auf der geistigen Ebene wider.“¹

Das Aneinanderkuscheln, die Umarmung, die Berührungen des Rumpfes bilden die intimste Freundschaftsdarstellung. Die Körper sind eng aneinandergeschmiegt, ineinander verschränkte Arme unterstützen diesen Eindruck von Nähe. Zusätzlich erzeugt jede Form dieser engen Umarmung eine größere Dichte im Bild – neben der Betonung einer freundschaftlichen Nähe ebenfalls für die Illustration geeignet, wenn der Bildausschnitt begrenzt ist.

Schmecken

„Die Zunge ist das einzige Körperteil des Menschen, welches sowohl in als auch außerhalb des Körpers sein kann. Sie ist ein bewegliches, muskuläres Organ, das in einer Höhle wohnt, in ihr aber sichtbar ist und sie zuweilen transzendiert.“²

Die Zunge als Sitz unzähliger Geschmacksknospen gilt als ein Zentrum der Sinne. *Geschmäcker sind verschieden*, heißt es, über Geschmäcker kann man sogar *streiten*. Etwas kann einen *schlechten Beigeschmack* oder einen *komischen Nachgeschmack* haben. Menschen, Dinge und Situationen können darüber hinaus *geschmacklos* sein. Und gerade deshalb gilt es als freundliche Verbindlichkeit, wenn man feststellt, dass man in vielen Dingen *den gleichen Geschmack* hat oder wenn man eine Person *nach seinem Geschmack* kennen lernt.³ Der Geschmackssinn bezieht sich in erster



Abb. 69



Abb. 70



Abb. 71

¹ Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache, S. 239.

² Benthien, Claudia: Zwiespältige Zungen. Der Kampf um Lust und Macht im oralen Raum. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 104-132, hier S. 104.

³ Vgl. u. a. Reichmann, Barbara: Gerüche als Kommunikation. Dissertation Universität Wien. Wien 1997, S. 7f.

Linie auf die Aufnahme von Nahrung. Schmeckt etwas nicht gut, ist es vielleicht verdorben oder giftig. Ein ausgeprägter Geschmackssinn kann daher überlebensnotwendig sein. Eines der größten Komplimente für eine Köchin kann sein, wenn es *wie bei der Mutter* schmeckt. Über den Geschmackssinn werden Empfindungen wie Vertrauen und Wohlbefinden vermittelt. Dies, so Wulf, manifestiert sich schon in der Kindheit:

„Nach psychoanalytischer Auffassung ist das Nahrungsbedürfnis beim Menschen von früher Kindheit an mit der Libido verbunden. Mit der Befriedigung des Hungers erfährt der Säugling zugleich liebende Zuwendung.“¹

In diesem Zusammenhang kommt als ein weiteres Organ der Magen ins Spiel, denn Liebe geht sprichwörtlich *durch den Magen* und gemeinsam von denselben Dingen zu essen gilt als identitätsstiftend.

„Auch bei den familiären Essritualen werden diese Überlagerungen greifbar. Mit Hilfe gemeinsamen Essens reproduzieren sich familiäre Bindungen nicht nur, sondern es entstehen auch neue soziale Beziehungen. Mahlzeiten erhalten nicht nur den Einzelnen am Leben; sie tragen auch zur Erzeugung libidinöser Beziehungen, zur Schaffung von Gemeinschaften und damit zur Entwicklung und Erhaltung des Sozialen bei. [...]“²

Wulf betont, dass die Funktion der Nahrung als Gemeinschaft stiftendes Element auch religiös besetzt ist. Er beleuchtet dies am Beispiel der christlichen Abendmahl-Feier. Jeder, der daran Teil nimmt, hat „Anteil an Christi Wesen und Werk. [...] Mit Hilfe des gemeinsamen Mahls wird der Einzelne zu einem festen Bestandteil der Gemeinschaft bzw. der Gemeinde“³.

Es ist paradox: Man kann zwar aus einer Schüssel, einem Topf essen, doch genau dasselbe essen könne man nicht.⁴ Trotzdem wird dem Essen eine wesentliche gruppenbildende Funktion zugesprochen. Das gemeinsame Mahl als jener „Ort, wo alle Waffen stillstehen [...]“ und wo selbst der Feind „[...] zu einem Freund wird.“⁵ Denn, so lässt sich mit Diaconu festhalten, „[...] miteinander zu essen gründet Gemeinschaft.“⁶ Man kann sich also, darauf weist Köstlin hin, gruppenbildende Identitäten durch gemeinschaftliches Essen „einverleiben“⁷.

¹ Wulf, Christoph: Magen. Libido und Communitas – Gastrolatrie und Askese. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 193-207, hier S. 196.

² Ebd. S. 198.

³ Ebd. S. 199.

⁴ Vgl. Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: Müller, Siegfried u. a. (Hg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995, S. 219-234, hier S. 220.

⁵ Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken, S. 343.

⁶ Ebd. S. 342.

⁷ Vgl. Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: Müller, Siegfried u. a. (Hg.): Fremde und Andere, S. 219-234.

Überraschend selten kann man auf den Bildern in der Freundin ein gemeinsames Essen finden. Nahrungsmittel werden vielmehr abgebildet, um eine visuelle Geschichte in einer alltäglichen Situation zu verorten. In Kombination mit anderen sinnlichen Darstellungsarten von Freundschaft entsteht daraus der Eindruck, dass Freundinnen und Freunde selbstverständlich dazugehörten – nicht nur zu besonderen Anlässen, sondern auch im ganz ‚normalen‘ Alltag. Oder umgekehrt: dass die Anwesenheit von Freunden den Alltag mit Mehrwert auflädt, wie Lemke bemerkt:

„Als konkrete Vollzugsform von Freundschaft hat das gemeinsame Essen weder die Bedeutung einer kollektiven Nahrungsaufnahme noch dient es der bloßen Bedürfnisbefriedigung der Beteiligten.“¹

Bildhaft wird diese Bemerkung durch Abb. 72, die zwei Frauen beim Einkochen von Marmelade zeigt. Im Hintergrund ist verschwommen ein Gläserschrank zu erkennen. Die Frauen sind etwa gleich alt. Am Küchentisch befinden sich Früchte, Gelierzucker und handbeschriftete Marmeladegläser. Beide Frauen naschen von den Früchten. Das Einkochen wird als eine liebevolle Arbeit dargestellt. In der Abbildung wird aus dieser Alltagshandlung des Kochens, des Einkochens, ein Ereignis. Der Umgang der beiden Bilderfreundinnen, ihr Berühren, scheint vertraut, aufeinander abgestimmt. Betrachtet man die Bildelemente Lachen und Naschen gesondert, scheinen gerade sie dem Bild den Charakter von gewöhnlicher Hausarbeit zu nehmen. Hier wird aus Freude gekocht, auf der Suche nach einem – vielleicht freundschaftsfördernden – Erlebnis.

Ähnliches lässt sich bei anderen Sujets erkennen. Bei der Grillparty (Abb. 73), bei der nicht das Essen bildlich in den Vordergrund gerückt wird, sondern das Treffen, das Feiern. Beim gemeinsamen Frühstück im Bett zweier Bilderfreundinnen, bei dem mit nur einer Tasse und einem Croissant wohl nur eine ihr Frühstück bekäme (Abb. 74). Bei der Inszenierung eines Picknicks im Park, bei der auf der Picknick-Decke mehrere Orangen verstreut sind – ungeschält und anscheinend auch gar nicht zum Essen gedacht (Abb. 77). Derartige Situationen werden durch die Dekoration mit Nahrungsmittel in eine Geschichte eingebettet. Die Bilderfreundinnen werden in einer Tätigkeit zweckmäßig verortet.



Abb. 72



Abb. 73



Abb. 74



Abb. 75

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 185.



Abb. 76

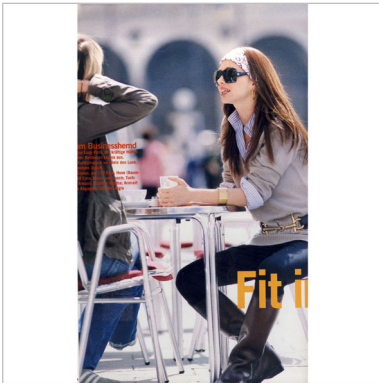


Abb. 77



Abb. 78

Das gemeinsame Essen wird zum deutlichen Signal einer freundschaftlichen Begegnung. Wie bei Lemke:

„Beim gemeinsamen Essen mit Freunden gewinnt der Akt des Essens den festlichen Charakter des *Tafelns*: Freunde freunden, indem sie gemeinsam die Freude des Tafelns genießen.“¹

Eine Erfahrung, die historisch bekannt sei, so der Philosoph weiter:

„Tatsächlich waren in der Antike die Freundschaftsmahle (*philities*) ausgeprägter Bestandteil einer Kultur der Freundschaft. [...] Diese heidnische Praxis [...] wurde im weiteren von der christlichen Kommunion des *Abendmahls* übernommen und fortgesetzt – allerdings mit anderen Themen und anderer Bedeutung.“²

Charakteristisch für diese Art der freundschaftlichen Inszenierung ist eine Darstellungsweise, die den Requisiten (Kaffeetasse, Abb. 76 und 77, Sektglass, Abb. 78, Orangen, Abb. 75, oder Grill, Abb. 73) einen entsprechend zentralen Platz im Bild einräumt. Die bedeutungsgebenden Elemente sind in der Mitte des Bildes gruppiert, die Bilderfreundinnen und -freunde umrahmen das Geschehen.

Hören

Identität und Gemeinschaft – Essen und Sprache. Eine gemeinsame Mahlzeit nimmt ihr Zusammengehörigkeitsgefühl nicht nur aus dem zeitgleichen Verzehr von Lebensmitteln, sondern auch daraus, dass man sich trifft und Zeit miteinander verbringt. Zum Gelingen dieser Situation trägt das gemeinsame, das verbindende Gespräch bei – mit der Zunge, die Diaconue als Schnittstelle zwischen Geschmack und Sprache sieht: „Mit der Zunge essen wir und in Zungen sprechen wir.“³

Für ein geglücktes Gespräch ist jedoch nicht nur das Senden einer Mitteilung wesentlich, sondern ebenso das Empfangen, körperlich repräsentiert durch den Hörsinn bzw. das Ohr.

„Das Ohr öffnet sich im selben Grad, wie die Augen zugehen. Es übernimmt die Funktion des Gesichtssinns in der Dämmerung. Rezeptives Organ schlechthin, kann es –

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 186.

² Ebd. S. 188.

³ Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken, S. 349. Vgl. auch: Benthien, Claudia: Zwiespältige Zungen. Der Kampf um Lust und Macht im oralen Raum. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile, S. 104-132.

anders als das Auge – nicht abgeschirmt oder gar geschlossen werden, allenfalls künstlich gestopft. [...] Das Ohr [...] ist ein vergleichsweise alter, ja archaischer Sinn. Den Körper bietet es als eine einzige Blöße an und setzt ihn dem Schall schutzlos aus.“¹

Das Hören gilt als direkter Sinn. Durch das Ohr geht der Klang, geht das Gesagte – so flüchtig es im ersten Moment scheinen mag – unzensiert in das Innerste. Es trifft uns unvermittelt. Trotzdem, oder gerade deshalb, steht die bewusste Entscheidung, jemandem *sein Ohr zu leihen* auf einer sehr persönlichen, intimen Ebene. Bewusst – und das macht den Unterschied – widmet man seinen Hörsinn ganz speziell einer Person. Man kann *ganz Ohr* sein. Pars pro toto steht das Ohr für den gesamten Körper, der hinter dem Schalltrichter verborgen zurückbleibt und meint damit, jemandem Zeit, Aufmerksamkeit und Zuneigung zu schenken.

Für ein gelungenes Zuhören, so Mattenklott, müsse „dem bewirkenden Tun ein lassendes Empfangen“² entsprechen. Wulf sieht darin einen wesentlichen Faktor in der Bildung von Gemeinschaften:

„Hören ist die Voraussetzung für Verstehen und Sprechen. Über das Angesprochensein bilden sich Gefühle der Geborgenheit und Zugehörigkeit. [...] Keine soziale Gemeinschaft entsteht, ohne daß ihre Mitglieder lernen, einander zuzuhören.“³

Das Hören gilt, so Welsch, als sozialer Sinn;⁴ für Wimmer sogar als „derjenige Sinn, der Kommunikation ermöglicht“⁵. Was wir hören ist (meist) für andere Ohren wahrnehmbar – auch wenn es nicht immer für andere Ohren bestimmt ist. Es ist, so Welsch weiter: „mit Menschen, mit unserer sozialen Existenz verbunden.“⁶ Zusätzlich ist das Gehörte spontan, ungerichtet, vergänglich:

„Sich umzusehen, heißt räumliche und körperliche Gegebenheiten wahrzunehmen, die relativ konstant vorhanden sind; sich umzuhören hingegen heißt, Laute wahrzunehmen, die im nächsten Moment verschwunden sein werden. [...] Das Sichtbare verharrt in der Zeit, das Hörbare hingegen vergeht in der Zeit.“⁷

Das Hören wird also als ein passiver Akt beschrieben, etwas, das passiert, das nicht gesteuert werden kann. Was bedeutet dies aber für die Freundschaftsbilder? Kann das Vergängliche dargestellt werden?

¹ Mattenklott, Gert: Gehörgänge. Erkennen durch die Stimme. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 66-84, hier S. 78.

² Ebd. S. 82.

³ Wulf, Christoph: Das mimetische Ohr. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 9-14, hier S. 9.

⁴ Vgl. Welsch, Wolfgang: Auf dem Weg zu einer Kultur des Hörens? In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 87-103, hier S. 95.

⁵ Wimmer, Michael: Zur Anatomie des „dritten“ Ohres. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 72-86, hier S. 73.

⁶ Welsch, Wolfgang: Auf dem Weg zu einer Kultur des Hörens? In: Paragrana, S. 95.

⁷ Ebd. S. 94.

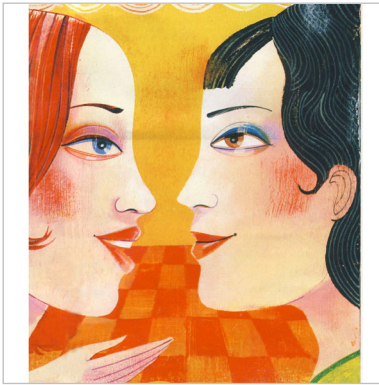


Abb. 79

So wie ein Blick das Sehen repräsentiert oder eine Berührung das Fühlen, wird auch das Hören über bestimmte – aus dem Alltagskontext vertraute – Gesten verkörpert: Der freundschaftliche Klangteppich wird in der Bildersprache der Freundin durch Stimmen und Gelächter erzeugt, also durch Bilder des Sprechens und des Lachens.

„Über den Hörsinn vernehmen wir nicht nur von anderen an uns gerichtete Wörter. In der Art und Weise, in der Worte gesprochen werden, hören wir mehr als ihre Bedeutung; wir erfahren etwas vom Sprecher, das sich nicht im Inhalt seiner Worte, sondern im Sprechen selbst ausdrückt“¹,

so Wulf. Den anderen wahrzunehmen, seine Gedanken und Ideen zu erfahren, wird in unterschiedlichen Quellen zur Grundlage für die Entstehung freundschaftlicher Gemeinsamkeit erklärt. Das Gespräch unter Freundinnen und Freunden erfordert Konzentration und Aufmerksamkeit. Man widmet sich einander, schenkt einander Zeit und Interesse. Das Miteinander-Sprechen, das Lemke sogar als das „selbstverständlichste Tun unter Freunden“² bezeichnet, wird zum verbindenden Element.



Abb. 80

In der Bilderwelt der Freundin ist dem Lachen eindeutig mehr Raum gegeben als dem Gespräch. Die Choreografie des Hörens bzw. Redens lässt sich dennoch eindeutig charakterisieren: Sie wird im Bild entweder durch den leicht geöffneten Mund einer Person oder/und ihre ‚mitredende‘ Hand dargestellt. Die Geste der sprechenden Hände erweckt den Anschein, dass es sich unter den Bilderfreundinnen um ein intensives Gespräch handeln würde.



Abb. 81

Ein Beispiel dafür ist die Illustration zum Text „Ich bin ganz Ohr“ (6/2006, S. 104), einem Bericht aus der Rubrik *psycho*. Das Bild (Abb. 79) zeigt zwei Frauen, die eng beieinander, einander gegenüber gezeichnet sind. Die Zeichnung endet knapp auf Schulterhöhe, konzentriert sich auf die Gesichter der Frauen. Über drei Körperteile wird deutlich gemacht, wer redet und wer zuhört: Mund, Hand und Ohr. Die linke Frau hat ihren Mund leicht geöffnet, zu wenig für ein Lachen, aber zu weit für ein Lächeln. Obwohl das Bild die Schulter nicht mehr zeigt, ist die Hand der Frau abgebildet. Eine zeigende, offene Hand. Sie spricht mit Mund und Hand. Ihr Profil wird etwa bei der Wange abgeschnitten, ein Ohr ist nicht zu

¹ Wulf, Christoph: Das mimetische Ohr. In: Paragrana, S. 10.

² Lemke, Harald: Freundschaft, S. 164.

erkennen. Die andere Frau hat ihren Mund geschlossen, sie lächelt aufmerksam. Statt der Hand wurde ihr das Attribut des Ohres gegeben. Der Kopf ist bis hinter das Ohr zu sehen, die Frisur lässt das Ohr ebenfalls frei erkennen. Die Frauen schauen sich an.

Die Zeichnung ist zugleich Anfang und Blickfang und erklärt in nur einem Bild, was danach in eine, zweiseitigen Artikel ausgeführt wird: Die im Text als wichtig beurteilten Merkmale einer gelungenen freundschaftlichen Kommunikation, das freundliche Interesse für die Andere, zuhören können und wollen, sowie Zeit und Aufmerksamkeit zu schenken, werden über bestimmte Attribute sichtbar gemacht. Attribute, die immer wieder zu finden sind: der konzentriert-innige Blick (aufeinander oder auf eine gemeinsame Blickrichtung hin), der spezifisch geöffnete Mund: Die Zähne sind sichtbar, der Mund ist freundlich, aber nicht lachend, die zugewandten Hände bzw. eine Hand, die das Gesagte scheinbar unterstreicht.

Das Gespräch als verbindendes freundschaftliches Element wirkt noch intimer, wenn es um den Austausch eines Geheimnisses geht. Die Geheimnis-Pose der Bilderfreundinnen zeigt eine Person, die sich zur anderen hinlehnt, mit einer Hand werden unliebsame Zuhörer abgeschirmt. Augenscheinlich flüstert die eine der anderen etwas ins Ohr. Wiederum dient eine Zeichnung als Beispiel. Es handelt sich dabei um die Illustration von dem wiederkehrenden *Tipp unter Freundinnen* (Abb. 80). Hier ist die Hand so gezeichnet, dass die Leserin die Szene sieht – sie ist also gewissermaßen Teil der Geheimnisträgerinnen (was sie wird, indem sie den beigegefügt Tipp liest). So präsentiert auch die Freundin selbst diese Neuerung:

„Mit dem ‚Tipp unter Freundinnen‘ möchte ich Ihnen [...] weitere Anregungen liefern, einen anderen Blickwinkel aufzeigen oder einfach nur einen nützlichen Hinweis geben. [...] Immer dann, wenn sie [eine Redakteurin] Ihnen etwas verraten will, was ungewöhnlich und besonders clever ist oder das Leben noch schöner macht.“ (20/2005, S. 3)

Die Hand macht den Unterschied – sie grenzt aus oder ein. Bei einem zweiten Beispiel (Abb. 81) wird die Betrachterin ausgeschlossen. Sie wird nicht in die Gruppe mit einbezogen, stattdessen sieht sie zwei offenbar vertraute Bilderfreundinnen. Denn, in der Freundin erklärt:

„[...] Insiderwissen [bedeutet] Macht. Ob nun der Chef einen ins Vertrauen zieht oder eine Freundin aus dem Nähkästchen plaudert: In dem Moment, in dem jemand vor mir ein Geheimnis lüftet, erklärt er mich zur Verbündeten – und macht sich gleichzeitig angreifbar [...]“ (8/2006, S. 120)

In der Freundschaftsdarstellung dient das Reden nicht nur dem Austausch von Informationen. Vielmehr wird das Gespräch an sich als freundschaftsstiftende Episode gesehen, es wird zum Symbol für Intimität, Nähe und Vertrauen gemacht, was wiederum jene Basis bildet, die das freundschaftliche Gespräch von Alltagskommunikation unterscheidet.

Riechen

Der Geruchssinn wird als der niedrigste der fünf Sinne beschrieben.¹ Er ist, so Himberg,

„[...] in seinen Auftritt Gelegenheiten so reduziert, wie kein anderer. Nicht einmal die Nahrungsaufnahme und -entsorgung oder die Nähe des Mitmenschen sind noch selbstverständlich mit regelmäßigen Geruchserlebnissen verbunden.“²

Er bezeichnet die Nase als „prominentes Mitglied des Gesichts“³, das in der Alltagssprache als Zeichen von Verletzlichkeit (*auf die Nase fallen*) oder Neugier/Weisheit (*den Braten riechen, naseweis*) zu finden sei.⁴ Auch von der besten Freundin kann man zeitweise *die Nase voll* haben. Plant man eine Geburtstagsüberraschung, wird man sie *an der Nase herumführen*. Spätestens aber, wenn sie *auf die Nase gefallen* ist, wird sie ihre wahren Freunde erkennen. Die Nase macht sich also, bei genauerer Betrachtung, als elementares Organ im zwischenmenschlichen Umgang bemerkbar. Noch dazu, weil man sich die Nase zwar zuhalten kann, es in der Tat jedoch kaum möglich ist, eine olfaktorische Antipathie langfristig zu übertünchen. Trotz seiner Rückentwicklung spielt der Geruchssinn immer noch eine entscheidende Rolle: Jemanden, den man nicht mag, der einem unsympathisch ist, den kann man sprichwörtlich *nicht riechen*. Mehr oder weniger unbewusst entscheidet die Nase also darüber mit, wer sympathisch ist und mit wem man befreundet sein kann.

In der Choreographie der Freundschaft kommen sich die Darstellerinnen so nahe, dass sie sich im gegenseitigen Geruchsfeld bewegen. Da sie dabei offensichtlich Sympathie bekunden, vermitteln sie den Eindruck, sie könnten sich *gut riechen*. Sichtbar wird das Funktionieren dieser Freundschaftsdarstellung in einer fiktiven Kontrastierung: Würde eine Frau auf den Bildern *die Nase rümpfen* und so Missachtung, Abwertung, Unwohlsein ausdrücken, würde aus derselben Darstellung jegliche Freundlichkeit entweichen.

Auch für die Betrachter, für die in der medialen Übermittlung die Olfaktorik faktisch keine Rolle spielt, scheint diese bedeutsame Achse lesbar: Nähe – Geruch – Sympathie oder Antipathie. „Je näher wir einem Menschen stehen, desto näher dürfen wir ihm gewöhnlich auch körperlich kommen [...]“⁵, erklärt Schwarz. Anders gesagt bedeutet dies: Je näher sich zwei Menschen räumlich kommen, desto mehr Nähe wird diesen auch auf Gefühlsebene zugeschrieben. Das Lexikon der Körpersprache unterscheidet dabei drei Zonen:

„Die erste Zone ist die Körperzone, also unser eigener Körper, der durch seine natürliche Grenze, die Haut, von der Außenwelt getrennt ist. Die zweite ist die intime Zone, die einen Bereich umschließt, der zwischen dem direkten Körperkontakt zu einem anderen Menschen bis zu einer Entfernung von etwa 60

¹ Vgl. Himberg, Kay: Phantasmen der Nase. Literarische Anthropologie eines hervorstechenden Organs. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 84-103, hier S. 84.

² Ebd. S. 84.

³ Ebd. S. 85.

⁴ Vgl. Ebd. S. 85f.

⁵ Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache, S. 40.

Zentimetern reicht. [...] Die dritte Zone können wir als die persönliche Zone bezeichnen. Im Alltag, in der Begegnung mit Freunden, Bekannten und Kollegen, [...] beträgt der Abstand, den wir zwischen uns und den anderen im Normalfall als angenehm empfinden, etwa 60 bis 90 Zentimeter. [...]“¹

Diese Auflistung unterscheidet nicht zwischen Freunden und Bekannten. Eine Interpretation, die sich in der medialen Verbildlichung so nicht nachvollziehen lässt. Räumliche Nähe in der Intimzone, bis hin zur tatsächlichen Berührung scheint für ein eindeutig freundliches Bild unumgänglich. Auch wenn über andere Sinne – hier ist zuallererst an den Sehsinn zu denken – optische Distanz vermindert werden kann, greift die freundliche Fotografie auf das Phänomen Nähe zurück. „Das [...] Verständnis und die gedankliche Verarbeitung des Bildes werden entscheidend von der räumlichen Anordnung der Bildelemente bestimmt“², stellt Kroeber-Riel fest. Wie eine grammatische Angabe entspricht für ihn die Nähe am Bild einer inhaltlichen Nähe.³ Elemente, die im Bildaufbau nebeneinander stehen, werden als zueinandergehörig interpretiert; Gegenstände ebenso wie Personen.

In der Freundin erhalten die freundschaftlichen Bilder ihre charakteristische Sprache von Zweisamkeit und Wohlgefallen durch das gestalterische Element von Abstand und Nähe. Immerhin wird die räumliche Nähe auch im Alltag mit einer inneren Übereinstimmung gleichgesetzt, erklären Schwarz und Schweppe:

„Je verbundener wir uns einem Menschen im Geist fühlen, desto größer ist zumeist auch das Verlangen, ihm körperlich nahe zu sein und das Gefühl der Zusammengehörigkeit mit ihm zu teilen. Unsere Körpersignale sind eine Möglichkeit, der geliebten Person unsere Zuneigung zu zeigen und andererseits allen anderen potenziellen Rivalen unseren ‚Besitzanspruch‘ zu signalisieren.“⁴

Neben diesen phänomenologischen Gründen soll ferner eine technische Ebene erwähnt werden. Besonders kleine Bilder bieten kaum Gelegenheit, Distanz zwischen zwei Personen dringen zu lassen. Dann würde nämlich im Layout ein größerer Bildausschnitt notwendig, die abgebildeten Personen verkommen zu minimalen Verkleinerungen. Eine optisch ansprechend gestaltete Seite hingegen zoomt die abgebildeten Personen so nah wie möglich heran, schon aus Freundlichkeit gegenüber den Betrachtern, die somit nicht nur eine undeutliche Gestalt, sondern Gesichtszüge erkennen können.

Beispielhaft sollen zwei Bilder diesen Gedanken erläutern. Beide Fotos zeigen jeweils zwei Personen, der Bildausschnitt ist so gewählt, dass die Figuren das Bild fast vollständig ausfüllen. Trotzdem war die Entscheidung für diesen Schritt offensichtlich keine (rein) technische. Abb. 82 zeigt zwei Männer, die sich offenbar in einer Sauna befinden. Sie haben ein Handtuch um die Hüften gewickelt, ihre Köpfe sind ebenfalls von einem Handtuch verdeckt. Sie berühren sich nicht, sitzen aber sehr eng beieinander. Sie dürften sich an dem Schweiß des jeweils anderen nicht stören, scheinen sich *riechen zu können*. Auf Abb. 83 sind

¹ Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache, S. 41.

² Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation, S. 68.

³ Vgl. Ebd. S. 68.

⁴ Ebd. S. 238.

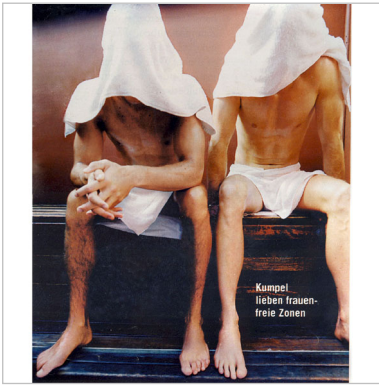


Abb. 82



Abb. 83



Abb. 84



Abb. 85

zwei Frauen zu sehen, die auf einem Bett oder einer Couch liegen. Das Bild ist auf Brusthöhe abgeschnitten. Im Zentrum des Fotos stehen die lachenden Münder der Bilderfreundinnen. Im Bild wird angedeutet, dass sie sich gerade um ihre Schönheit kümmern – die eine trägt Gurkenscheiben auf den Augen, die andere eine Augenmaske. Diese Art der Darstellung steht für Intimität. Der Bildhintergrund, die Nähe der Darstellerinnen und ihr scheinbar gelöstes Lachen lassen darauf schließen, dass es sich hier eine private Situation handelt, eine, die nicht im öffentlichen Ambiente eines Schönheitssalons verortet ist. Neben der körperlichen Nähe, erzählt dieses Bild somit von Intimität, einer gefühlten Nähe, einem Vertrautsein. Beide Motive spielen mit der Tatsache, dass die Abgebildeten mit geschlossenen Augen dargestellt sind. Ein zusätzlicher Effekt, denn um sich neben jemandem ‚blind‘ fallenlassen zu können, wird ein besonderes Vertrauen vorausgesetzt.

Im Vergleich des gesamten Untersuchungsmaterials, in dem sich auch mehrere ganzseitige Aufnahmen befinden, kann nichts desto trotz für den freundschaftlichen Bildaufbau festgehalten werden, dass Nähe bis hin zur Berührung eine häufige – und definitiv nicht rein technische – Konstruktion ist. Es folgen zwei Beispiele, auf denen beide Male das Element Nähe eingesetzt wird, obwohl der Bildausschnitt für eine andere Darstellungsweise Platz ließe. Das erste Bild (Abb. 84) zeigt als ganzseitige Werbeaufnahme drei Frauen, die in Unterwäsche nebeneinander stehen. Sie lachen, scheinbar vergnügt. Die mittlere Frau stützt ihren Arm auf die Schulter der rechten, die linke hat den beiden den Rücken zugekehrt. Rund um die drei Frauen ist viel freier Platz, mehr Abstand zwischen den Dreien wäre technisch realisierbar.

Auf dem zweiten Bild (Abb. 85) – ebenfalls ein Werbesujet – sind zwei Frauen beim Schuhkauf zu sehen. Die eine scheint zu probieren, während die zweite anscheinend als Beraterin mitgekommen ist. Beide zeigen zu etwas hin, das nicht mehr im Bild ist. Möglicherweise stehen dort die Schuhe ihres Begehrens. Die beiden lächeln mit offenem Mund. Auffallend ist die ungewöhnliche Nähe der Frauen. Die eine sitzt vorne – mit zwei verschiedenen Schuhen. Die andere sitzt neben ihr, so nahe, dass sich vom Knie bis zum Arm der ganze Körper an die erste annähert. Säße man so im Schuhgeschäft, wäre ein normales Probieren ob des eingeschränkten Bewegungsspielraumes beinahe unmöglich. Anstatt der Konstruktion

einer realen Szene geht es einmal mehr darum, räumliche Nähe in eine freundliche Nähe zu verwandeln.

Nähe reicht bis hin zur Berührung, zur Umarmung. Da diese Thematik im Abschnitt über das Fühlen bereits besprochen wurde, stehen hier vor allem Szenen im Vordergrund, die zwar Nähe und teilweise auch Berührungen abbilden, auf eine Umarmung jedoch verzichten. Beim Durchblättern des Untersuchungsmaterials wird deutlich, dass die dargestellte Nähe, abhängig von der Inszenierung, unterschiedlich erlebt wird. Je unnatürlicher die Situation ist, desto stärker wird die Nähe als bewusstes Element eingesetzt. Zusätzlich wirkt sie intensiver, je intimer die Annäherung ist. Das Beispiel (Abb. 86) zeigt zwei Frauen, die auf einem Bett liegen. Beide sind ‚ausgehfein‘, elegant gekleidet, mit Abend-Make-up gestylt. Aus dem Kontext der Bildstrecke lässt sich erahnen, dass es sich hier um das Ende einer Silvesterparty handeln könnte. Die Frauen liegen quer zum Bett – sie liegen auf dem Bett und nicht im Bett. Offenbar wollen sie nicht schlafen, sondern scheinen mit einer Polaroidkamera zu experimentieren. Gemeinsam unverkrampft auf einem Bett zu liegen, das erfordert Nähe. Physisch und psychisch.¹ Nähe und Geborgenheit – als Gegenteil des Alleinseins – sind dabei in die Bildaussage integriert.

Je größer die Intimität und Nähe, desto stärker entsteht ein Bild des Zusammengehörens, der Vertrautheit, der Verbundenheit. Deutlich wird dieser Mechanismus ebenso in den Bilderserien von *unter freundinnen*.² Die Darstellungen sind allesamt nahe, wenn auch nicht immer von Berührungen getragen. Das Eindringen in die intime Zone wird als verbindendes, übereinstimmendes Element präsentiert, auf das dementsprechend auf keinem der gezeigten Bilder verzichtet wird. In der Konzentration auf die Thematik Nähe und Geruch fällt ein Bild besonders auf (Abb. 87). Es zeigt zwei Frauen, die bäuchlings auf der charakteristischen weichen Unterlage liegen. Ihre Hände sind ineinander verschränkt, ihre Köpfe einander zugeneigt. Dabei berühren sich Stirn und Nasen. Geschlossene Augen und entspannt lächelnde Lippen runden das Bild des Vertrauens ab. Die gefassten Hände stehen für Nähe und Zusammengehörigkeit. Die

¹ Das Motiv von Bilderfreundinnen auf einem Bett kommt in der Freundin so oft zum Tragen, dass es in dieser Bilderflut nicht mehr als ungewöhnlich wahrgenommen wird. Tatsächlich ist die Situation für erwachsene Frauen bestimmt nicht alltäglich und assoziiert vielmehr mit dem Bild von Übernachtungsfreundinnen aus Kindertagen.

² Siehe auch: Kapitel *Friendimoniales – Die sicheren Bilder in Texten*.



Abb. 86

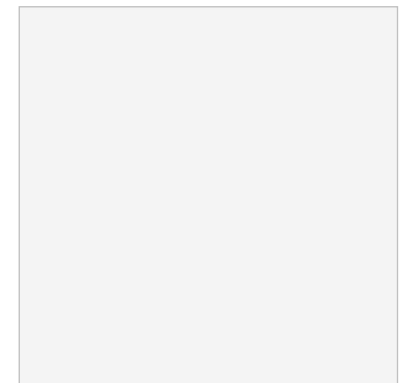
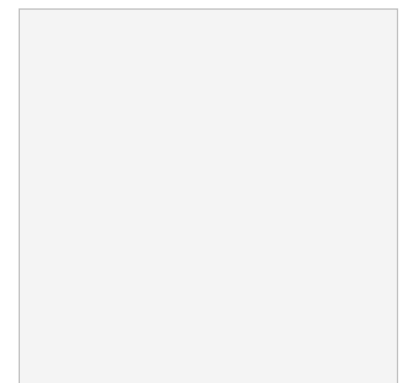


Abb. 87



Intensität dieses Bildes entsteht aber einmal mehr durch die große Nähe der Gesichter. Stirn und Nase berühren sich. Die Verschränkung ist fast so eng wie bei einem Kuss. Auch wenn das Bild überdeutlich gezeichnet ist, dürfte es im Rahmen des *unter freundinnen*-Interviews in seiner Funktion als ‚Kuschelbild‘ glaubwürdig sein.

6.2. Die Textebene

Auf der Textebene verdichten sich die bereits erfassten Ergebnisse anhand von Beispielen aus der Freundin und entsprechenden Verweisen aus der Freundschaftsliteratur. Die zahlreiche Verwendung freundschaftlicher Bezeichnungen – von den Kollegen bis zur besten Freundin – wird mit Hilfe der Sinnlichkeiten verbal illustriert, sichtbar gemacht. Dazu Lemke:

„Da zu freunden wesentlich im Zusammensein geschieht, konstatieren Freunde ihre gemeinsame Anwesenheit nicht als bloß physische Präsenz; vielmehr erleben sie sie als körperliche und emotionale Nähe. Dieses Erlebnis persönlicher Nähe wird von einer Wachheit ihrer Sinne getragen. So bedeutet zu freunden, über das Sich-Berühren, und Gefühle-Lebenkönnen hinaus, ein Sich-Sehen, -Hören und -Riechen.“¹

Im Bild sollen die sinnlichen Choreografien den Darstellerinnen durch ihre Anordnung zueinander und durch die vorgegebenen Kulissen eine inhaltliche Bindung verleihen. Verbal existiert diese Notwendigkeit nicht, da allein durch die Verwendung von Begriffen wie Freundschaft, beste Freundin etc. auf ein Beziehungsgefüge hingewiesen wird, das bei der Leserin bestimmte Interpretationsmuster eröffnet. Dass von Freundinnen und Freunden die Rede ist, ist dadurch von vornherein klar. Um welche Form von Freundschaft es sich handelt, zeigen die sprachlichen Details, Eigenschaftswörter und die Formulierung von Berührungen oder Handlungen. Durch sie entsteht aus einer verbalen Freundin eine beinahe lebendige. Sie machen Situationen nachvollziehbar. Aus einer Freundin wird eine Vertraute, eine Ratgeberin, eine Hilfesuchende, etc. Die sprachlichen Unsicherheiten, die dem Wortstamm ‚Freund-‘ innewohnen, werden durch die beschriebenen Gegebenheiten abgefangen. Freundschaft wird als variierende Beziehungsform definiert und für den jeweiligen Kontext konkretisiert. Mit dieser Schreibstrategie kann in der Freundin von Freundinnen und Freunden die Rede sein, ohne jemals den Begriff als solchen definieren zu müssen. In der Beschreibung von Alltagssituationen wird jeweils deutlich, um welche Art von Freundschaft es sich handeln soll. Durch die wiederholte Anwendung gewöhnen sich die Leserinnen an bestimmte Freundschaftsbilder und können diese verbal eingeführte Bilder als Interpretationshilfen für die Deutung der freundschaftlichen Fotografien abrufen.

In der Freundin erzählt das Sehen von Aussehen, von Ansehen. Ein offener Blick aufeinander scheint Freundlichkeit zu charakterisieren. Im Fühlen wird das berührende Miteinander als Ausdruck von Geborgenheit stilisiert. Fürsorge wird zum entscheidenden Moment eines

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 134.

freundschaftlichen Zuganges gemacht. Das Hören wird gemeinsam mit dem Sprechen als zentrale Dimension weiblicher Freundschaft vorgestellt. Dabei spielen Ratschläge eine bedeutende Rolle – auch am Telefon. *Männliche* Kommunikationsrituale hingegen werden als Krisenfall bearbeitet. Schmecken steht im Freundschaftsbild im Kontext von Fürsorge und einem freundschaftlichen Genuss. Fünf Bühnenbilder unterstützen die szenische Darstellung: die Essenseinladung, das gemeinsame Kochen, und die situationsgebundenen Getränke Bier, Wein und Kaffee. Riechen schafft Nähe, Verbindlichkeit, Einigkeit. Umso wichtiger, als Nähe als weibliches Freundschaftsideal präsentiert wird. Zum Abschluss wird es übersinnlich. Es wird sichtbar, dass in der Vorstellung eines Idealbildes mehr zu einer funktionierenden FrauenFreundschaft gehöre, als ein sinnlicher Zugang. Dabei wird anhand des *sechsten Sinnes* erklärt, wie Bilderfreundinnen als ‚verschränkte Teilchen‘ beschrieben werden.

Sehen

Blicke, Sehen, Erkennen. Blicke als Kontaktträger oder -vermeider. Der Sehsinn nimmt in der bildlichen Darstellung einen entscheidenden Platz ein. Die Blickachsen lassen sich auf jedem einzelnen Bild in der Freundin nachweisen. In den verbalisierten Freundschaftsbildern spielt das Sehen als inhaltliches Element keine dominante, dennoch aber eine ausdrückliche Rolle. Da wird vom AusSEHEN gesprochen, von Selbst- und Fremdwahrnehmung. Und von der Tatsache, dass man freundliche Menschen erkennen lernen könne:

„„Aussehen, Mimik, Gestik werden unbewusst als Informationen aufgenommen und ausgewertet [...].‘ Und eine Fähigkeit, die uns die Evolution beigebracht hat, um schnell zwischen ‚Freund‘ oder ‚Feind‘ zu unterscheiden. [...].“ (12/2005, S. 101)

Es sei wichtig, so wird erklärt, zwischen Freunden und Nicht-Freunden unterscheiden zu können. Die Freundin helfe mit Tipps und Tricks, diesen Freund-Blick zu trainieren. Habe man erst einmal potenzielle Freundinnen und Freunde erkannt, sei man schon auf dem Weg zu einer *wahren* Freundschaft.

Das Sehen wird an den Anfang der Freundschaft gestellt – Freundschaft auf den ersten Blick also. Erst später in der Freundschaftsbiografie tritt die verbale Blickachse der Selbst- und Fremdwahrnehmung ins Sichtfeld, in der Freundin ebenso wie beispielsweise bei Lemke:

„Das freundenswerte Sichselbstgeben verlangt ein Zulassen und Zeigen der eigenen Körperlichkeit. Denn die Gegebenheit, die eigene Körperlichkeit im Zusammensein von Freunden ausleben und erfahren zu können, kennzeichnet überhaupt die eigentümliche *Ausgelassenheit* freundschaftlichen Umgangs.“¹

Vor allem, wenn es ums Aussehen gehe, ist in der Freundin die Rede von einer speziellen Form grenzenloser Ehrlichkeit, die zu tolerieren man nur von der besten Freundin gewillt sei: „„Du siehst genauso besch... aus wie ich“, stellen in solchen Fällen beste Freundinnen

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 115.

mitleidslos, aber auch tröstlich fest“ (16/2005, S. 7). Wenn man sich schon nicht wohl fühle, sei man mit dieser AnSICHT wenigstens nicht allein:

„[...] Meine Freundinnen und ich – ein kleines Horrorkabinett? Eher sind wir Opfer unserer gestörten Selbstwahrnehmung und entsprechen damit dem Durchschnitt: 56 Prozent der Frauen betrachten heute ihren Körper als einen Feind [...].“ (17/2005, S. 96)

Der Artikel wirbt für einen freundlicheren Blick – in dem Fall – auf sich selbst. Habe man seine Selbstwahrnehmung korrigiert, gelte es als nächstes, dieses Bild mit der Fremdwahrnehmung abzugleichen. Demgemäß heißt es bei Eberhard und Krosta:

„Wichtig seien Freundinnen für das Finden und die Weiterentwicklung einer eigenen und nicht abgeleiteten weiblichen Identität. Die Freundinnen spiegeln sich gegenseitig, ferner stellen sie einen Raum für die Reduktion von Angst und die Präsentation von Peinlichem dar.“¹

Als Spiegel dient im Ideal die beste Freundin; diejenige, vor der wir nicht einmal unsere Schwächen zu verstecken brauchen. Die Freundin stellt übereinstimmend die „[...] Interessante Frage: Was für ein Bild haben Sie voneinander – und stimmt es mit Ihrem Selbstbild überein?“ (24/2005, S. 110) und hält für ein paar Stunden Zweisamkeit den Tipp parat: „Shooting-Stars. [...] Mit Digitalkameras macht die Fotosession doppelt so viel Spaß. Inszenieren Sie sich gegenseitig – verträumt, tough, verrückt.“ (24/2005, S. 110) Die Freundinnen könnten sich außerdem gemeinsam von ihrer besten Seite zeigen, zum Beispiel bei einem Gewinnspiel, bei dem als Preis neben einer Shopping-Tour ein Fotoshooting angeboten wird:

„freundin Aktion. Wir setzen Sie in Szene. Klingt wie ein Traum: Sie schlendern mit Ihrer besten Freundin durch eines der Weltstadthäuser von Peek & Cloppenburg, an Ihrer Seite Ihre persönliche Mode-Stylistin. [...] Ein Fotograf setzt Sie und Ihre Freundin optimal in Szene.“ (4/2006, S. 77)

Fotografie wird von einer touristischen Anwendung zur Methode der (Selbst-)Inszenierung. Die Selbstwahrnehmung schwimmt mit der Fremdwahrnehmung, bei der ‚meine Freundin und ich‘ als zusammengehörig freundschaftlich ins Bild gesetzt sind. Der Moment, wo Freundschaft sichtbar wird.

Spätestens wenn diese Übungen bewältigt sind, sei der Blick aufeinander derart geschärft, dass selbst kleinste Abweichungen gedeutet werden könnten. Zum Beispiel, wenn die Freundin verliebt ist: „[...] Das erkenne ich nicht nur an ihrem glasigen Blick [...]“ (16/2005, S. 92). Freundschaft, so die Botschaft, erfordere offene Ehrlichkeit und einen Blick auf einander, der selbst kleinste Veränderungen deuten könne. Um nämlich, so Illouz,

„[...] eine andere Person zu treffen, muß man sich intensiv auf sich selbst konzentrieren, auf die Wahrnehmung des eigenen Selbst und auf das Ideal vom eigenen und vom anderen Selbst.“²

¹ Eberhard, Hans-Joachim und Arnold Krosta: Freundschaften im gesellschaftlichen Wandel. Eine qualitativ-psychoanalytische Untersuchung mittels Gruppendiskussionen. Wiesbaden 2004. S. 47.

² Illouz, Eva: Gefühle im Zeitalter des Kapitalismus, S. 119.

Als Freundin lerne man sich kennen indem man sich intensiv mit den eigenen Schwächen und Stärken auseinandersetze. In der Idealversion wird später die Freundin zu einem ebenso offenen Buch. Fotografie wird als das freundschaftliche Medium des Sehens beschrieben. Ein Medium, das nicht nur dokumentiert, sondern auch scheinbare Realitäten kreiert. Ein Medium, das gleichermaßen spontane Momente beleben, wie bleibende Erinnerungen schaffen kann. Das Sehen wird als ein sich gegenseitig Ansehen, ein sich Kennen, Interesse füreinander Zeigen präsentiert. Von der Freundin hat man ein Bild (zu haben). Konsequenz setzt diese Darstellung jene Einschätzung von FrauenFreundschaft als „face-to-face“-Beziehungen¹ um, nach der sich „Frauen [im Unterschied zu Männern] in Freundschaften mehr aufeinander“² konzentrieren würden.

Fühlen

Freundschaftliches Beisammensein endet charakteristischerweise nicht beim (An-)Sehen. So wesentlich die Abbildung von Berührung als Darstellungsmoment gegenseitiger Nähe ist, so entscheidend wird die körperliche Nähe auch in der Freundschaftstheorie beschrieben. Dazu Lemke:

„Das freundenswerte Sichselbstgeben verlangt ein Zulassen und Zeigen der eigenen Körperlichkeit. [...] Sich selbst körperlich ausgelassen geben zu können, macht einen zentralen Aspekt des Erotischen freundschaftlichen Zusammenseins aus und begründet die erlebte Fülle persönlicher Nähe als *sinnliche* Nähe. Das tätige Freundsein ermöglicht und ermutigt über den Prozess verbender Annäherung und zunehmender Vertrautheit das Vergnügen und die Wohllust auch an der körperlichen Nähe des Anderen [...].“³

Üblicherweise wird Freundschaft (im Unterschied zu einer Partnerschaft) als Beziehungsform verstanden, die auf sexuelle Komponenten verzichtet.⁴ Dies stelle jedoch, so Lemke weiter, keinen Widerspruch zu einer körperlichen Ausrichtung von Freundschaften dar:

„Die Form körperlicher Nähe, wie sie zwischen guten Freunden möglich ist, sollte nicht an einem Verständnis von Körperlichkeit und Sinnlichkeit gemessen werden, das zwischenmenschliche Lust mechanisch auf genitale Befriedigung reduziert. Die freundschaftliche Lust am Anderen, die den Wunsch nach Zuwendung und Nähe zu ihm trägt, kann als körperlich-emotionale Nähe in Berührungen, Zärtlichkeit und Liebkosungen vollgelebt werden, ohne auf den Geschlechtsakt fixiert zu sein [...].“⁵

Der freundschaftliche Akt rückt durch die Inszenierung von Körperkontakt Geborgenheit und Nähe in den Mittelpunkt. Gerade bei der Frage nach der Bedeutung von Körperlichkeit für eine Freundschaft werden aber auch eklatante Unterschiede in der vergleichenden Darstellung der Geschlechter deutlich. So heißt es in Freundschaftsratgebern, dass Frauen „[...]

¹ Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 99.

² Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 9.

³ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 115.

⁴ Vgl. u. a. Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 93 und Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 17.

⁵ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 75.

Beziehungsmuster des Verschmelzens, Sehnsüchte nach Verschmelzen offen zugegeben“¹ würden, während „[...] in Männerfreundschaften die Gefühlsregungen beider Männer weitgehend tabu“² seien. Dementsprechend gibt Kast an, dass in ihrer Befragung nur fünf von 100 interviewten Frauen davon sprachen, dass für sie Körperkontakt zur besten Freundin ‚schwierig‘ sei.³ Sie kommt zu dem Schluss: „Körperkontakt scheint für viele Frauen einfach dazuzugehören.“⁴ Körperkontakt als „ein Ausdruck von Vertrauen, der, indem er vollzogen wird, mehr Vertrauen schafft und auch Nähe, Wärme – ein Gefühl von Geborgenheit erleben lässt“⁵.

Diesem „Doing Gender“ unterliegen auch andere Studien, die in ihrer Kategorisierung von *typisch weiblicher* Freundschaft zu einem derartig spezifischen Schema finden. Breitenbach kommt ergänzend zum Ergebnis, dass in FrauenFreundschaften eine räumliche Nähe und die gemeinschaftliche Organisation des Alltags charakteristische Merkmale seien:

„Die Beziehungen zwischen Freundinnen sind oft in einen gemeinsamen Alltag eingebunden und an die räumliche Nähe zur besten Freundin oder zu den Mitgliedern einer Gruppe gekoppelt. [...] Ein wichtiger Bestandteil des gemeinsamen Alltags ist die gegenseitige Fürsorge und Unterstützung [...]. Auf diese Weise entsteht eine Verbundenheit und Intimität, die oft auch körperliche Intimität einschließt. Freundinnen übernachten in einem Bett, liegen miteinander auf dem Sofa, küssen und umarmen sich zur Begrüßung und zum Abschied.“⁶

Die verbalen Freundschaftsbilder der Freundin scheinen sich an solch dualisierenden Untersuchungen zu orientieren, da Freunde und Freundinnen auch in den Sprachbildern als verschiedenartig klassifiziert werden: So ist von *männlichen* Berührungen die Rede, wenn es zum Beispiel heißt: „Nachfragen würden sich unter Männern selbstredend verbieten, stattdessen gäbe es ein Schulterklopfen und noch ein Bier.“ (10/2006, S. 78) Im Unterschied zur *weiblichen* Krisenintervention:

„Unkompliziert und wunderbar pragmatisch sind Frauen, wenn sie ein Problem haben: Sie blockieren tagelang die Telefonleitung, um auch das kleinste Detail mit ihren Freundinnen zu diskutieren. Treffen sich dann mit selbigen, um sich in den Arm nehmen zu lassen. [...]“ (24/2005, S. 3)

Im Unterschied zu den Illustrationen treten im verbalen Kontext aber nicht nur tatsächliche Berührungen auf, sondern können auch im übertragenen Sinn angesprochen werden. Beispielsweise wenn es um das „Zusammenhalten“ (22/2005, S. 5) in Krisen geht: „Denn Freunde fangen einen auch auf, wenn man gestolpert ist: der Stoff aus dem Lebensmut gemacht ist!“ (1/2006, S. 105) Obwohl hier nicht von einer tatsächlichen körperlichen Berührung die Rede ist, ist dieses Auffangen ebenso durch eine Umarmung denkbar.

¹ Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 93.

² Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 126.

³ Vgl. Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 176.

⁴ Ebd. S. 176.

⁵ Ebd. S. 177.

⁶ Breitenbach, Eva: Mädchenfreundschaften in der Adoleszenz. Eine fallrekonstruktive Untersuchung von Gleichaltrigengruppen. Opladen 2000, S. 305.

Abstrakter ist folgendes Beispiel:

„Freunde fürs Leben. Mit Jeans ist es wie mit guten Freunden. Hat man sie einmal lieb gewonnen, möchte man sie nie, nie wieder hergeben. Die neuen Looks mit friends and family.“ (17/2005, S. 23)

Bestimmt ein etwas ungewöhnlicher Vergleich, doch beide Begriffe profitieren in dieser Zuschreibung: Jeans und Freunde – beides fühle sich gut an, wenn es passt. Ein Gedanke, der in Kombination mit der Erinnerung an Lieblingsstücke spürbar funktioniert. Und der Konsumentin eine freundschaftsähnlich enge, emotionale Verbindung zu ihrer Kleidung zuschreibt. Das Lieblingskleidungsstück, das als Freund, als Freundin personifiziert wird – eine rhetorische Figur, die vielleicht auch auf die ‚Lieblingszeitschrift‘, die Freundin, übertragbar sein soll?

Schmecken

Im übertragenen Sinn meint Geschmack ein Gefühl, ein Verständnis für Dinge. Ein *guter Geschmack* steht für Kennerschaft. Er zeugt von Stil und Fingerspitzengefühl. Es kann als großer Vertrauensbeweis gelesen werden, wenn man sich auf *den Geschmack von jemandem* verlässt. Das gilt auch dann, wenn es sich nicht um existenzielle Entscheidungen handelt, sondern zum Beispiel um Fragen von Kleidung, Musik, etc. In *idealen* Freundschaften weiß man, in welchen Bereichen man denselben Geschmack hat, wo man sich auf Empfehlungen der Freundin ruhig und sorglos verlassen kann. Empfehlungen bietet auch die Freundin. Die Leserin kann sich – insofern sie die Zeitschrift als *nach ihrem Geschmack* kennen gelernt hat – auf ihre Tipps verlassen.

Neben dieser übertragenen Bedeutung steht der Geschmack im freundschaftlichen Kontext vor allem für das Essen und Trinken als Rahmenhandlung eines freundschaftlichen Beisammenseins. Dabei entfalte, so Kaufmann, „schon allein die Nähe vertrauter Personen ein diffuses Gemeinschaftserlebnis, wie die Freundschaft [...]. Zusammen essen fügt dem jedoch eine zusätzliche Dimension hinzu.“¹ Diese Vervollständigung sieht Lemke in der Entstehung eines feierlichen Aktes, der sich (unabhängig vom Anlass) allein durch die freundliche Gesellschaft vom Alltag abhebt; einerseits, indem die alltägliche Nahrungsaufnahme durch die Anwesenheit von Freunden zu einer festlichen Handlung wird:

„Beim gemeinsamen Essen mit Freunden gewinnt der Akt des Essens den festlichen Charakter des *Tafelns*: Freunde freunden, indem sie gemeinsam die Freude des Tafelns genießen.“²

Andererseits, indem die Freunde als die wesentlichen Akteure für ein festliches Mahl vorgestellt werden.³ Gemeinsames Essen gehört für ihn als Gemeinschaftserlebnis zu einer wahren Freundschaft dazu:

¹ Kaufmann, Jean-Claude: *Kochende Leidenschaft*, S. 145.

² Lemke, Harald: *Freundschaft*, S. 186.

³ Ebd. S. 189 f.

„In der alltäglichen Freundschaftspraxis gewinnt das Essen und dessen Ästhetik aus sich heraus an kultureller Bedeutung; in einer Kultur der Freundschaft bildet sich aufgrund der Gewohnheit gemeinsamen Tafelns überhaupt eine eigene *Esskultur* aus. Indem wir als Akt verbender Freigebigkeit unsere Freunde köstlich bewirten, bereiten wir ihnen Freude und geben uns darin als guter Freund zu erkennen. Die Lebenskultur tätigen Freundseins umfasst auch die *Kunst des Kochens*. Darüber hinaus bildet das gemeinsame Essen eine besonders geeignete und vergnügliche Umrahmung des miteinander Redens zum *Tischgespräch*.“¹

An dieser Art der Darstellung orientiert sich die Freundin. Nahrung, Essen und Trinken stellen eine Bühne für Freundschaft dar. Das wird besonders dort deutlich, wo die Inszenierung aufgebrochen wird, wie im folgenden Hinweis für Single-Frauen:

„Die drei Frauen da drüben sind nur Kolleginnen beim Lunch und keine eingeschworene Freundinnen-Clique. Kein Neid, bitte, auch kein Selbstmitleid, sondern lieber ein Glas Prosecco [...]“ (14/2005, S. 84)

Innerhalb der Sprachbilder treten fünf verschiedene Bühnenbilder auf, die dem Stück Freundschaft jeweils eine etwas andere Schattierung geben: die Essenseinladung und das gemeinsame Kochen sowie die Trinkszenarien Bier, Wein und Kaffee.

1. Szenario: die Essenseinladung

Egal ob spontan: „[...] und wenn die beste Freundin spontan zu Besuch kommt, braten wir ihr auch schnell ein schönes Stück Fleisch [...]“ (4/2006, S. 169), oder aufwändig geplant: „Kochen für Freunde. Drei köstliche Sommermenüs – von der Vorspeise bis zum Dessert. Alle kombinierbar!“ (10/2006, S. 234) – in jedem Fall bekommt der alltägliche Akt des Hungerstillens durch die Einladung einer Freundin einen festlichen Charakter. Dabei steht die Darstellung von – als charakteristisch *weiblich* vorgeführter – fürsorglicher Vorbereitung² im Mittelpunkt des freundschaftlichen Verhaltens. Denn, zu diesem Ergebnis kommt Breitenbach:

„Ein wichtiger Bestandteil des gemeinsamen Alltags ist die gegenseitige Fürsorge und Unterstützung: sich bei den Schularbeiten helfen, füreinander kochen, sich gemeinsam für Partys zurechtmachen etc.“³

Fürsorglich gekocht wird, so Kaufmann, nicht aus „Pflichtgefühl wie früher, sondern aus Liebe, aus Leidenschaft; um mithilfe einer gelungenen Mahlzeit etwas Familiäres herzustellen.“⁴ Wobei der Begriff des Familiären im freundschaftlichen Kontext durchaus mit einem Begriffsverständnis im Sinn der Seelenschwestern weitergedacht werden kann. Schließlich: „Eine Mahlzeit miteinander zu teilen bedeutet schon immer in allen

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 187.

² Vgl. Nunner-Winkler, Gertrud: Weibliche Moral: Geschlechterdifferenzen im Moralverständnis. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 78-84.

³ Breitenbach, Eva: Mädchenfreundschaften, S. 305.

⁴ Kaufmann, Jean-Claude: Kochende Leidenschaft, S. 118.

Gesellschaften, die Freundschaft und den Frieden zu besiegeln und soziale Verbindungen zu knüpfen.“¹

Das Kochen für Freundinnen und Freunde setzt voraus, dass man deren Geschmack inklusive all ihrer kulinarischen Vorlieben kennt, das wird in der Freundin deutlich: „Zwar mögen Ihre Freunde die scharfe Küche – aber bei dieser Soße haben Sie es zu gut gemeint [...]“ (26/2005, S. 236) Verwöhnt werden kann ebenso auf Raten, zum Beispiel durch ein (selbst gemachtes) kulinarisches Geschenk:

„Ihnen fehlt noch ein originelles, raffiniertes Geschenk? Wie wär’s mit edlen Gewürzölen, Likören, Pralinen oder Gebäck? 16 leckere Verwöhn-Ideen für liebe Freunde – ganz leicht selbst gemacht.“ (25/2005, S. 191)

In der Inszenierung einer Bilderbuch-Freundschaft ist es nicht nur eine, die verwöhnt. Einer Einladung wird daher irgendwann eine Gegeneinladung folgen, die – obwohl freundlich gemeint – recht schnell zu einer Verpflichtung verkommen könne: „Ihre Freundin lädt Sie zum Essen ein. Eigentlich sind Sie müde, aber um ihr einen Gefallen zu tun, sagen Sie trotzdem zu.“ (20/2005, S. 117) In der Freundin wird daraus aber noch lange kein Grund für eine Krisensituation²: Die Einladung wird im Ideal – aus Freundschaft – angenommen.

2. Szenario: gemeinsames Kochen

In der zweiten Variante wird nicht nur zum Essen eingeladen, sondern auch zum Kochen. Nicht die fürsorgliche Vorbereitung steht im Mittelpunkt, sondern das gemeinschaftliche Erlebnis: „Ab in die Küche. [...] Basteln Sie mit Ihrer Freundin ein Menü [...]“ (24/2005, S. 111) Oder die Freundin sucht: „Freundinnen-Paare, die Lust haben, ein Fischmenü zu kreieren.“ (14/2005, S. 189) Das klingt weniger nach Nahrungsaufnahme als nach Kreativität, Gemütlichkeit und Spaß; eine Tonlage, bei der es bleibt: „Ein großer Tisch. Viele Freunde. Und 22 super Rezept-Ideen für Raclette und Fondue. Viel Spaß!“ (1/2006, S. 10)

Besonders rund um das Silvesterheft entsteht der Eindruck, dass sich zum Fest ein jeder und eine jede mit Freundinnen und Freunden zu Raclette oder Fondue verabreden würde. Laut Freundin handle es sich hierbei um eine regelrechte Tradition: „Traditionell, mit Freunden, die sich um einen Raclette-Grill versammeln“ (1/2006, S. 112). „Ideal fürs Feiern mit Freunden“ (26/2005, S. 246) wird diese *demokratische* Kochkunst bezeichnet: „Zusammen mit Freunden am Tisch sitzen und gleichzeitig brutzeln, essen, reden, lachen – mit Fondue oder Raclette zieht sich der Abend gemütlich in die Länge.“ (1/2006, S. 198) Während man gemeinsam kocht und isst, könne man sich unterhalten, also auch die Kommunikation komme nicht zu kurz. Dass die Gastgeberin eine Menge vorzubereiten hatte, ist beim gemeinsamen Kochen vergessen. Der Abend läuft *ideal* freundschaftlich: gemeinsam und miteinander. Das Gemeinschaftserlebnis Essen kombiniert mit freundschaftlicher Kommunikation wird auch

¹ Kaufmann, Jean-Claude: *Kochende Leidenschaft*, S. 75.

² Siehe auch: Kapitel: *Von „Zicken-Theater“ und anderen Katastrophen*.

wissenschaftlich festgeschrieben. So stellt beispielsweise Breitenbach fest, dass sich besonders Mädchen in ihrer Freundschaft Situationen suchen würden, die Kommunikation begünstigen:

„Treffen mit anderen Freundinnen finden meistens in der Gruppe statt. Besonders in der Mädchengruppe stellt die Kommunikation ein wesentliches Merkmal dar – bevorzugt werden daher Aktivitäten wie ins Kaffeehaus gehen, bummeln, gemeinsam kochen und essen. [...] die Gespräche werden [in diesem größeren Rahmen] weniger persönlich, wichtig ist Gemütlichkeit und Spaß haben.“¹

Während man sich zu Silvester ungezwungen und unkompliziert mit Freundinnen und Freunden trifft, ist zu Weihnachten – sobald die Familie mit ins Spiel kommt – Perfektion angesagt: „Perfekt gedeckt! [...] Auch wenn dieses erste Mal jetzt das große Weihnachtsessen mit Family & Friends bei Ihnen zu Hause ist.“ (26/2005, S. 234) Statt des gemeinsamen Brutzelns gibt es ein – bis ins Detail geplantes – Menü auf einer Festtafel, die mit Hilfe der Freundin sorgfältig geschmückt wurde.

3. Szenario: das Bier

Bestimmten Getränken wird kulturell gefärbt ein charakteristischer Gebrauch zugeschrieben. In der Erzählung freundschaftlicher Geschichten werden solche Zuschreibungen genützt und die Getränke als Requisiten, als Marker für eine bestimmte Atmosphäre, verwendet.

Häufig wird Bier gleichgesetzt mit Geselligkeit und gemütlicher Ausgelassenheit.² Schivelbusch beschreibt das Trinken „seit Urgedenken“ als etwas „Bedrohliches“:

„Wie die meisten magischen Vorstellungen hat auch diese vom Trinken einen realen physiologischen Kern. Getrunzene Flüssigkeit gelangt schneller in die Blutzirkulation als feste Speise. Die Wirkung ist schneller, unmittelbarer ersichtlich als Folge des Getränks. [...] Die Rituale, die der Mensch seit Urgedenken für das Trinken entwickelt hat, haben den Sinn, diese Bedrohlichkeit zu neutralisieren. [...] Man trinkt in Gemeinschaft, um sich voreinander sicher zu fühlen, um sich gegenseitig zu kontrollieren“³,

wobei er als ältestes und wichtigstes Trinkritual „das Zutrinken“ nennt.⁴ Das gemeinsame Trinken stifte zwischen den Trinkenden eine „brüderliche Verbundenheit“⁵. Diese „brüderliche Verbundenheit“ nimmt die Freundin auf, wenn sie den Gerstensaft und die dazugehörige Atmosphäre als ein Symbol für Männlichkeit einführt. Über die Ebene der

¹ Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 151.

² Vgl. u. a.: Würdinger, Katharina und Birgit Urbanek (Red.): Die Akte Hicks. In: miss, Juni Nr.6/2008, S. 140f und Lauterbach, Burkhard: Exakt lesen lernen...Fotografieanalytische Anleitungsmodele in der Kritik. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 311-325, hier S. 318.

³ Schivelbusch, Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel. Frankfurt am Main u. a. 1983, S. 181.

⁴ Vgl. Ebd. S. 181.

⁵ Ebd. S. 183.

Nahrungsaufnahme wird eine Vergleichssituation kreiert, die eine Freundinnenschaft einem *männlichen* Freundschaftsverhalten entgegenstellt:

„Kennen Sie Männer, die tagelang schmollen, nur weil ein Kumpel nicht anrief? [...] Eben! Echte Kerle schnauzen sich an und trinken wenig später zusammen ein Bier.“ (17/2005, S. 81)

Das Bier als männliches Versöhnungsgetränk. Oder als Verbündungsritual: „Nachfragen würden sich unter Männern selbstredend verbieten, stattdessen gäbe es ein Schulterklopfen und noch ein Bier.“ (10/2006, S. 5) Freundschaften unter Männern werden in der Freundin wenig diskutiert. Wenn, dann handelt es sich nach obigem Muster am ehesten um die Darstellung eines Gegenmodells zu FrauenFreundschaft. Wie es scheint soll den Leserinnen eine Alternative aufgezeigt werden, wie es auch gehe – ohne dem üblicherweise als *typisch* applizierten Gezicke und Gekreische. Durch diese versuchte Konnotation von Bier und einem unkompliziert kumpelhaften Verhalten wird das *männliche* Bier zu einer Verteidigungsstrategie in partnerschaftlichen Krisenzeiten: „Und wenn Sie mal Abwechslung wollen, gehen Sie [...] mit der besten Freundin auf ein Bier.“ (8/2006, S. 110) Mit der besten Freundin einen Cocktail trinken zu gehen oder sich mit ihr auf einen Kaffee zu treffen, würde eine andere Symbolik vertreten, als dieser Aufruf zu einem ‚Emanzipations‘-Bier. Indem etwas geraten wird, das aus dem geläufigen Bild von Weiblichkeit in der Freundin herausfällt, wird dem Protest eine besondere Bedeutung zugeschrieben.

4. Szenario: der Wein

Im Unterschied zum Bier bekommt der Wein nicht den Stellenwert eines Krisengetränkes, sondern wird als ‚genderneutrale‘ Möglichkeit genutzt, beispielsweise um entspannt nachzudenken, über das Leben, die Lieben, über Vergangenheit und Zukunft: „Sie lieben diese Nächte, in denen Sie mit Ihren Freunden bei einer Flasche Rotwein über Gott und die Welt philosophieren?“ (14/2005, S. 96) Wein wird also entweder in Verbindung mit einem Gespräch eingeführt oder steht für unkomplizierte Unterhaltung, zu zweit oder in einer größeren Runde:

„Party-Knigge. Bei Gartenfesten denkt man ja gern ganz unbeschwert: ‚Ist doch bestimmt ganz locker. Da zieh ich Jeans und Sneakers an. Bring ein Fläschchen Wein mit. Und kann mit meinen Freunden endlich mal wieder so schön ablästern.‘“ (11/2006, S. 234)

Im freundschaftlichen Kontext bekommt der Wein nicht den Stellenwert eines Elitegetränks für elegante Abende in Abendkleid und Anzug, sondern wird zu dem bequemen Abendgetränk in Jeans und Sneakers. Im Kontext der Freundin steht Wein für ein vertrauliches (längeres) Beisammensein. Dabei wird Freundschaftsarbeit geleistet, man trinkt nicht nur, man nützt, die Zeit um sich an gemeinsame Zeiten zu erinnern.

5. Szenario: Kaffee und Kuchen

In der Freundin hat Kaffee nichts mit Koffein und Energie zu tun, sondern steht für lange Gespräche über aktuelle Alltäglichkeiten. „Wenn Freundinnen sich treffen, gibt’s nicht nur die neuesten Gerüchte, sondern am liebsten auch den Duft von heißem Kaffee.“ (4/2006, S. 156) Ein Plausch und Kaffee gehören so ausdrücklich zusammen, dass im Anzeigenkontext sogar von einem *Ritual* gesprochen wird:

„Meine beste Freundin und ich haben ein heißgeliebtes Ritual: Einmal im Monat gönnen wir uns einen kinderfreien Tag und frühstücken zusammen – im Bett. Unsere Geschmäcker sind völlig verschieden: Wir können uns selten auf ein Getränk einigen. [...] Und beim Tassimo-Cappuccino mit dem feinen Milchschaum sind sogar meine Freundin und ich ausnahmsweise einer Meinung: Der ist echt ein Highlight!“ (24/2005, S. 213)

Und:

„Nicht erst seit ‚Sex and the City‘ ein Ritual: mit Freundinnen zusammensitzen und den neuesten Tratsch oder auch kleine Geheimnisse austauschen. Am schönsten und gemütlichsten bei einer Tasse Kaffee [...].“ (13/2005, S. 177)

Wichtig ist hier der Zusatz der „kleinen Geheimnisse“. Trifft man sich zum Kaffeetrinken, geht es nicht um weltbewegende Veränderungen, sondern um die kleinen Ereignisse des Lebens, um detaillierte Geschichten, Klatsch und Tratsch. In der Freundin ebenso wie im Freundschaftsratgeber:

„[...] Männer [...] reagieren oft verständnislos. Einerseits sind sie ganz froh, daß ihre Frau bzw. Freundin noch jemand anderen zum Reden hat; weil ihnen da einiges Wiederaufarbeiten von Seelenmüll erspart bleibt. Andererseits begreifen sie nicht, was es da im Café und in der Küche so unendlich viel zu bereden geben soll. Als ‚Kaffeekränzchen‘ werten sie die Frauenfreundschaft nicht selten ab.“¹

Ein Blick in die Vergangenheit hilft, derartige Interpretationsmuster zu lesen. Denn Kaffeekränzchen sind keine Erfindung unserer Zeit. Schon Sophie La Roche (1731-1807) schreibt in ihren Briefen:

„Hier ist es Sitte, daß Männer und Frauen und junge Mädchen, jedes von dem anderen abgesondert, ihre Gesellschaften halten. Die Frauen kommen die Woche nicht länger als einen Tag zusammen und besuchen wahlweise ein Haus um das andere. Diese Verbindung nennen sie von langen Zeiten her einen ‚Freundschaftskranz‘ und den Tag der Zusammenkunft ‚Kränzeltag‘ [...]. Sie trinken eine Tasse Kaffee, aber nicht zu heiß, weil heißer Kaffee der Schönheit und Reinigkeit der Gesichtsfarbe schadet. [...] Dann müssen sie nach der Reihe sagen, was sie anderswo an ihren Freundinnen loben oder aussetzen gehört, Erläuterungen geben und alle sind gehalten eine, jede alle zu verteidigen.“²

¹ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 149.

² Rosaliens freundschaftliche Frauenzimmer-Briefe an Marianne, v. Sophie La Roche, Altenburg 1780-81. Zitiert nach: Becker, Alfred: Zur Geschichte des Kaffeekränzchens. In: Pfälzisches Museum 45/1928, S. 97. Zitiert nach: Mutschelknaus, Katja: Die Geschichte des Kaffees ist auch eine Geschichte des Klatsches. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 15-35, hier S. 21.

Dass diese nachmittäglichen Versammlungen von Freundinnen bei Kaffee und Kuchen einen zweifelhaften Ruf als Klatsch- und Tratschbörsen tragen¹, kommt aber nicht von ungefähr.

„Es liegt nahe, in der Kaffeeleidenschaft der Frauen eine Kompensation zu sehen für den Bereich, von dem sie ausgeschlossen sind. Dann wäre das Kaffeekränzchen eine Art Gegen-Kaffeehaus, ein Ersatz-Café für das auf die Männerkultur zugeschnittene ursprüngliche Kaffeehaus. Doch der Versuch, im Kaffeekränzchen dem Kaffeehaus der Männer ein häuslich-weibliches Pendant entgegenzustellen, wird zur Karikatur des Vorbilds, so wie der Kaffeeklatsch, über den sich die Männergesellschaft des 18. und 19. Jahrhunderts lustig macht, zur Karikatur des Kaffeehausgesprächs gerät“²,

schreibt Schivelbusch und macht damit deutlich, dass die Wurzeln der Darstellung klatschhafter Frauentreffen bei Kaffee und Kuchen bei den Anfängen der deutschen Kaffeehauskultur zu suchen sind. Noch im 18. Jahrhundert wurde Kaffee hauptsächlich von Männern des bürgerlichen Standes im Kaffeehaus getrunken.³ Frauen hatten

„in den europaweit massenhaft sich etablierenden Kaffeeshenken und großen Kaffeehäusern nichts zu suchen. [...] Der in den Kaffeehäusern sich als Gesprächsform entwickelnde politische, wirtschaftliche und intellektuelle Diskurs, das Rasonieren und das Zeitunglesen galten als nicht damengemäß.“⁴

Dennoch haben auch Frauen Kaffee getrunken, „[...] und diese nicht wenig. Das negative Urteil über kaffeelüsterne Frauen war schon am Ende des 17. Jahrhunderts verbreitet.“⁵ Im Lauf des 19. Jahrhunderts, so stellt Mutschelknaus mit Hinweise auf Lustspiele von Nestroy und Lessing bzw. Schillers ‚Kabale und Liebe‘ fest, sei das Bild von den „kaffeelüsterne Frauen“⁶ zu einem weit verbreiteten literarischen Topos geworden.⁷

„Das Bild von den ‚kaffeeverliebten‘ Frauen wird jetzt meist mit dem Damenkränzchen in Verbindung gebracht, das sich im Laufe des 18. Jahrhunderts als Besuchsritual etabliert hatte und zunächst nur im bürgerlichen Hause, in der ‚Visitenstube‘, stattfand. Dieses Klischee ist vermutlich aus dem Willen zur Abgrenzung entstanden, denn es ist, bei allem durchscheinenden Witz [...], ein missgünstiges Bild: Man gönnte den Frauen den Kaffeegenuß nicht, den Kaffeehausbesuch erst recht nicht und schon gar nicht die Fähigkeit, sich an den von Männern bevorzugten Gesprächsthemen beteiligen zu können. Deshalb zeichnete man sie dick (unmäßig), dumm (tratschend) und gierig (kaffee- und sahnertortenlüstern).“⁸

¹ Vgl. Mutschelknaus, Katja: Die Geschichte des Kaffees ist auch eine Geschichte des Klatsches. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch, S. 20f.

² Schivelbusch, Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft, S. 80.

³ Vgl. u. a. Althans, Birgit: Der Klatsch, die Frauen und das Sprechen bei der Arbeit. Frankfurt am Main 2000, S. 80-82.

⁴ Mutschelknaus, Katja: Aber bitte mit Sahne. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 6-14, hier S. 8.

⁵ Ebd. S. 8.

⁶ Ebd. S. 9.

⁷ Vgl. Ebd. S. 9 und Schivelbusch, Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft, S. 80.

⁸ Mutschelknaus, Katja: Aber bitte mit Sahne. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch, S. 9.

Mit der Einführung der lukrativeren Konditoreicafés ab Mitte des 19. Jahrhunderts „fand das Damenkränzchen, zuvor Ritual im privaten Bereich, nun immer öfter in der Konditorei statt.“¹ Zum Kaffee gehört Süßes.

Auch in der Freundin: „Kleine Verführer: Quiches, Tartes und Pies versüßen unsere Nachmittage mit Freundinnen“ (18/2005, S. 3) Wenn es etwas Süßes gibt, ist dies – genau wie die Freundschaft – grundsätzlich positiv konnotiert. Das Süße als gefahrloses Vergnügen, das, darauf weist Mutschelknaus hin, Geborgenheit vermittelt.² Der Kuchen zum Kaffee steht in der Freundin für eine nicht-alltägliche Situation, eine kleine feierliche Stimmung, eine Belohnung. Die „beruhigende Süße“³ steht für ein Gegenbild zum erschöpfenden Alltag⁴ – das Treffen an sich wird weiterhin als unkompliziert und alltäglich skizziert:

„Sie haben zum netten Plausch unter Freundinnen geladen – samt Nachwuchs. Doch am Tisch ist nicht für alle Platz. Kein Thema, die Kids kriegen Kuchen am Stil – und spielen einfach weiter. [...]“ (2/2006, S. 139)

Ein Bemerkung zur Verortung: Während Biertrinker sich am ehesten in einer Bar zu treffen scheinen und Wein in der Freundin mit Partys im Freien in Verbindung gebracht wird, steht Kaffee für das Private. Man trifft sich zu Hause – mit den Kindern:

„Ich jedenfalls treffe mich am liebsten – ganz normal – samt Kind und Kegel mit meinen Freundinnen. Die Kleinen toben durch die Sandkiste, die Männer bolzen, und ich plaudere bei Kaffee und Kuchen mit den Mädels. Für manche mag das spießig sein – für mich meine schönste Sonntagnachmittag-Idylle.“ (21/2005, S. 3)

Warum bedient sich jedoch eine Zeitschrift, deren Zielgruppe vorwiegend Frauen sind, derartiger (ursprünglich frauenfeindlicher) Abgrenzungsstrategien aus der männlichen Vorstellungswelt, indem sie wiederholt mit dem Bild der kaffeetrinkenden, tratschenden Freundinnen spielt? Müsste dieser Vorgang von den Leserinnen nicht eigentlich als abwertend empfunden werden? Ja, könnte man meinen. Nein, scheinen die Verkaufszahlen zu sagen. Dazu bietet sich folgende Erklärung an: Das Bild der klatschsüchtigen Freundinnen wird von den Leserinnen zweifelsohne wahrgenommen. Da jedoch die eigene Erfahrung zeigt, dass derartige Treffen zum Kaffee nicht zwangsläufig dem Verbreiten von Gerüchten dienen, sondern einfach eine Bühne für ein gemütliches Verweilen mit freundlichen Menschen bei angenehmen Gesprächen über Alltäglichkeiten darstellen, scheint in dieser Divergenz zwischen Mythos und Erleben das Bild der ‚bösen Frauen in der Gerüchteküche‘ mehr als unterhaltsame Karikatur ‚des anderen‘ denn als Vorwurf an das eigene Leben verstanden zu werden. Unterhaltung also statt einer – als verletzend erlebten – Attacke.

¹ Mutschelknaus, Katja: Aber bitte mit Sahne. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch, S. 9.

² Vgl. Mutschelknaus, Katja: Gemütlicher Kaffeeklatsch. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 57-63, hier S. 59.

³ Kaufmann, Jean-Claude: Kochende Leidenschaft, S. 50.

⁴ Vgl. Ebd. S. 50.

Hören

Das Reden, das funktionierende Gespräch (und damit das Zuhören) wird in unterschiedlichen Texten zu einem der wesentlichsten Elemente sowohl für das Entstehen als auch das Bestehen von Freundschaft erklärt. Beispielsweise von Lemke, der das Reden als „selbstverständlich“ bezeichnet:

„Das selbstverständlichste Tun unter Freunden ist das miteinander Reden. Dies ist nicht irgendein Tun unter vielen anderen möglichen Aktivitäten. Vielmehr wird jede Aktivität der Freunde ja schon von einem Reden begleitet.“¹

Bovenschen erklärt das freundschaftliche Gespräch zu *dem* entscheidenden Charakteristikum, das

„alle Emphatiker der Freundschaft anführen, von Platon über Cicero und Montaigne zu Nietzsche und den Modernen. Aber eben nicht das Gespräch über die Freundschaft, sondern das freundschaftliche Gespräch über potenziell alles. [...] Das freundschaftliche Gespräch hat kein Ziel, es ist ein gemischtes Gespräch, ein einmischendes Gespräch, gleitend zwischen Erhabenem und Profanem, Öffentlichem und Privatem, Nahem und Entlegenem – ohne räumliche oder zeitliche Ausschlüsse.“²

Dabei, so Lemke, führe das wechselseitige Sich-Wahrnehmen im Reden zu einer Situation, die regelrecht als Berührung erlebt würde. Denn das Gespräch fordere räumliche Nähe, umfasse Gesten, Gebärden, Blicke, Tonlagen und lasse uns selbst und den Freund auch körperlich erfahren.³ Diese intensive Erfahrung funktioniere nur, wenn das Gespräch nicht einfach passiere, sondern aktiv gestaltet werde:

„Verstellen sich Freunde in ihrem Tun nicht und reden sie offenherzig über sich und ihre Gefühle, sagen sie freimütig, was sie denken und wie es ihnen geht, geben sie sich frei zu erkennen und verstehen, wie sie aufgrund eines ausgelassenen und selbstbestimmten Umgangs sind oder sein wollen – dann heißt [das], den Anderen wahrzunehmen, mit ihm als gutem Freund vertraut zu werden und ihn selbst verstehen zu lernen.“⁴

In dieser kommunikativen Situation unter Freundinnen und Freunden wäre nicht nur ein bewusstes Zuhören gefordert, sondern auch der Wille, verstehbar zu sprechen: „Es zeigt sich also die Wahrhaftigkeit des Freundens beim miteinander Reden in der Bereitschaft, sich verständlich machen zu wollen.“⁵ Eine derartig gewachsene vertrauensvolle Gesprächsbasis sei die Voraussetzung, um von einem Freund, einer Freundin Kritik und Ratschlag hinnehmen zu können. So stellte beispielsweise der mittelalterliche Prediger Aelred von Rievaulx fest:

„Immer, wenn ich hinzuzulernen habe, vom Freunde nehme ich es leichter an und behalte es besser, denn sein belehrender Einfluß ist groß, seine Treue unbestritten, sein Lob ohne Falsch. Der ehrenhafte Rat unter Freunden ist zuverlässig, offen

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 164.

² Bovenschen, Silvia: Ach wie schön. Ein Kapitel über Freundschaft und idiosynkratische Befremdungen mit einem Exkurs über ein Stück von Nathalie Sarraute. In: Querelles, S. 39.

³ Vgl. Lemke, Harald: Freundschaft, S. 168 f.

⁴ Ebd. S. 135.

⁵ Ebd. S. 172.

frei. Freunde ermahnen einander, aber wenn nötig, weisen sie auch sich ernstlich zurecht.“¹

Obwohl in der Freundschaftstheorie dem Gespräch ganz allgemein eine sehr bedeutsame Rolle zugewiesen wird, wird diese Zuschreibung in Bezug auf die Vorstellungen von weiblichen Freundschaftsmythen noch einmal gesteigert. Besonders FrauenFreundschaften wird eine Sprachfixierung nachgesagt:² Während Männer etwas gemeinsam *tun*, *sprechen* Frauen darüber. Probleme, Neuigkeiten, Erlebnisse würden ausführlich erörtert und diskutiert. Wenn Frauen etwas gemeinsam machten, dann spiele das Reden (darüber) währenddessen, als Vor- oder als Nachbereitung, eine wesentliche Rolle. Dem Sprechen wird durch diese Behauptungen ein entscheidender Platz im weiblichen Freundschaftsalltag eingeräumt. Das Reden wird als „Hauptbeschäftigung“³ von Freundinnen beschrieben und das Gespräch als die „zentrale Dimension der Mädchenfreundschaft“⁴ dargestellt. Dazu Schilcher:

„Im Gegensatz zu den Jungenfreundschaften definieren sich Mädchenfreundschaften weniger über gemeinsame Aktivitäten als über Kommunikation. [...] Zudem geht es dabei vor allem um den Austausch von Gefühlen, Ängsten, Gedanken, kurz um das Kennenlernen der Innenwelt der Freundin. [...] Das ‚Problemgespräch‘ ist eines der Merkmale von Mädchenfreundschaft. Zentrales Element der Gespräche ist dabei nicht die Problemlösung, sondern das Zeigen von Einfühlungsvermögen und Mitgefühl.“⁵

Wieder ist es der fürsorgliche Part, der den Freundinnen zugeordnet wird. Die soziale Kompetenz, das Mitgefühl:

„Mit einer Freundin wollen wir vor allem den persönlichen Austausch, Vertraulichkeit, Intimität. Wir interessieren uns nicht nur dafür, was sie macht, sondern auch, wie es ihr überhaupt und eigentlich so geht [...]“⁶

Und während in der geschlechtsneutralen Diskussion noch vom freien Meinungs Austausch unter Freunden als eine gemeinsame Basis gesprochen werde, auf der „[...] von banalen Ereignissen des Alltags bis zu großen Geschehnissen der Weltpolitik [...]“⁷ alles verhandelbar sei, ändert sich der Ton im *weiblichen* Kontext:

„Persönlicher Austausch heißt natürlich reden, erzählen, Erfahrungen und Kenntnisse weitergeben – das was geringschätzig ‚unnützes Gerede‘ genannt wird oder plappern, quasseln, tratschen, schwatzen, plaudern, schwafeln, schnattern, blablabla.“⁸

Mit einer ähnlichen Begriffswahl arbeitet die Freundin: Es ist vom Plaudern die Rede, von Klatsch und Tratsch, von Geheimnissen, Gerüchten, vom Quatschen und Philosophieren. Die

¹ Aelred von Rieval: Freundschaft mit Gott. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 81.

² Vgl. u. a.: Scheibenreif, Claudia: Freundinnen. Zur Bedeutung von Mädchenfreundschaften in der Adoleszenz. Dissertation Universität Wien. Wien 1996, S. 151 und Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 9.

³ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 9.

⁴ Breitenbach, Eva: Mädchenfreundschaften in der Adoleszenz. Eine fallrekonstruktive Untersuchung von Gleichaltrigengruppen. Opladen 2000, S. 306.

⁵ Schilcher, Anita: Geschlechtsrollen, Familie, Freundschaft und Liebe, S. 209f.

⁶ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 82.

⁷ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 183.

⁸ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 138.

lange Dauer eines solchen Gespräches ist in der Wortwahl inkludiert und wird teilweise ausdrücklich betont:

„Ein herzliches ‚Danke – schön war’s‘ am nächsten Tag. Geht schnell, aber nett per Telefon. Okay, bei der besten Freundin dürfte das Gespräch etwas länger dauern – der Abend muss schließlich in allen Einzelheiten durchgekauft werden.“ (1/2006, S. 238)

Statt eines bloßen Informierens steht eine Detailanalyse auf dem Programm. Nicht nur Fakten werden übermittelt, sondern auch die dazugehörigen Gefühlslagen. Dabei werden die Besonderheiten eines Freundinnengesprächs konkret festgelegt. Sowohl stilistisch:

„Sprechen Sie Klartext [...]. Berichten Sie dem Publikum von Ihrem Projekt, wie Sie einer Freundin davon erzählen würden – in Alltagssprache: kurze, prägnante Hauptsätze mit möglichst wenig Fachausdrücken oder Fremdwörtern. [...]“ (24/2005, S. 128)

Als auch inhaltlich wird vorgegeben, was in solchen FrauenGesprächen vorzukommen hat:

„Reden wir über Männer? Kurz. Plaudern wir über Mode? Schon etwas länger. Den nächsten Urlaub? Die Kinder? Na klar. Die mit Abstand aufregteste Diskussion allerdings entspannt sich neulich um die Frage, wie man Flecken am besten entfernt. [...] Denn neben Mode, Beauty, Männern, Lifestyle und Co. sind es eben auch die ganz normalen Dinge, die für uns Frauen interessant sind, oder?“ (21/2005, S. 3)

Wobei über die Themen die Meinungen auseinander gehen, wenn auch hauptsächlich über ihre Reihung und weniger über die Inhalte an sich: „Über Mode reden wir nie!“ Warum auch, wenn es Themen gibt wie Filme, Männer, Musik, Bars, Urlaub, Liebe ...“ (17/2005, S. 24) Wie auch immer die Themen verteilt sind, für das Gespräch unter Freundinnen und Freunden verweisen Georg und Woratz auf gendertypische „Kommunikationsrituale“¹:

„Aber auch, wenn Männer sich für ihre Freunde interessieren – die Kommunikationsrituale bleiben nun einmal so typisch weiblich oder männlich, wie sie sind. Zum Beispiel am Telefon. Männer informieren sich bündig, Frauen unterhalten sich.“²

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt Auhagen:

„Frauen unterstützen sich insgesamt stärker als Männer, und sie telefonierten auch häufiger innerhalb des Paares als jene. Darüber ergab sich, daß Freundinnen öfter als Freunde und Schwestern öfter als Brüder miteinander telefonierten; gleiches galt für die soziale Unterstützung.“³

Auch bei Kast „[...] spielt die Verbindung über das Telefon eine große Rolle.“⁴ In der freundin tritt es häufig als das Medium auf, das einem freundschaftlichen Treffen zeitlich vorgezogen wird. Man ruft an, um sich zu verabreden: „Ihre beste Freundin ruft an und fragt, ob Sie Lust auf Sauna haben. Gehen Sie mit?“ (1/2006, S. 142) Geht sich kein Treffen aus, kann die Unterhaltung ebenso am Hörer stattfinden. „Jeden Monat bis zu 150 Bonusminuten

¹ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 82.

² Ebd. S. 82.

³ Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 104.

⁴ Kast, Verena: Die beste Freundin. Was Freundinnen aneinander haben. Stuttgart 1992, S. 15.

von Free & Easy: Die verquatschen wir gern!“ (6/2006, S. 108), erzählen Freundinnen in einer Anzeige. Laut einer Umfrage, die in der Freundin zitiert wird, verbringen Freundinnen tatsächlich viel Zeit an der Strippe: 51 Prozent der befragten Frauen und 9 Prozent der Männer gaben dabei an, dass selbst „Erwachsene und selbstbewusste Frauen... noch immer stundenlang mit ihren Freundinnen“ (14/2005, S. 85) telefonieren würden.

Wiederholt werden Frauengespräche als andauernd vorgestellt. Lange und ausführlich müssen sie sein; dadurch entsteht das Bild, dass sich die Frauen als beste Freundinnen über jede Kleinigkeit am Laufenden halten: „Sie blockieren tagelang die Telefonleitung, um auch das kleinste Detail mit ihren Freundinnen zu diskutieren.“ (24/2005, S. 3) Die Dauer dieser Telefongespräche steigt in den Sprachbildern mit dem zunehmend enger werdenden Freundschaftsgrad. Je besser man die Freundin kennt, desto länger werden die Gespräche, desto häufiger wird zum Telefon gegriffen. Schließlich wird ein Telefonat mit der Freundin sogar als eine Belohnung empfohlen:

„Haben Sie ihren inneren Schweinehund überwunden und einen Tag stramm am Computer gesessen, sollten Sie sich unbedingt dafür belohnen – etwa mit einem langen Telefonat mit der besten Freundin.“ (9/2006, S. 140)

Mit Georg und Woratz lässt sich freundschaftliche Kommunikation als sinnstiftendes Element begreifen, das ein intensives Gefühl erzeuge, Teil einer verschworenen Gemeinschaft zu sein.¹ Dieses Zusammengehörigkeitsempfinden könne richtig glücklich machen, ist man in der Freundin überzeugt: „Glück ist für mich, im Kreis meiner Freunde zu sitzen und endlos über einen Witz zu lachen, den außer uns niemand versteht – und der auch nicht mal besonders komisch ist.“ (1/2006, S. 5)

Glücklich, so lange die Kommunikation funktioniert. Denn die Verbindung einer Freundschaft durch ein geglücktes Gespräch ist scheinbar so verinnerlicht, dass eine Sprachverweigerung durchaus als Alarmzeichen interpretiert wird. Zu diesem Ergebnis kommt Scheibenreif:

„Die Strategie der Sprachverweigerung scheint in der Freundschaft so präsent zu sein, daß sie sogar thematisiert wird. Selbst wenn Freundinnen sich absprechen, über alle Probleme zu reden – die Wirkung der Sprachverweigerung scheint unübertroffen.“²

Und in der Freundin wird darauf hingewiesen, dass erst durch das Wegfallen dieser scheinbaren Selbstverständlichkeit die Bedeutung einer funktionierenden Kommunikation auffällig wird:

„Wenn die innige Allianz mit einer guten Freundin in die Krise gerät, fehlt plötzlich ganz viel. Vor allem die stundenlangen, vertrauten, mal dramatischen, mal unglaublich witzigen Gespräche, die Frauenfreundschaften ausmachen.“ (22/2005, S. 119)

¹ Vgl. Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 41.

² Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 172.

Diese fehlende Vertrautheit macht verletzlich. Immerhin, so erklärt die Freundin, wären Loyalität und Solidarität unter Freundinnen und Freunden ein bindendes Element. (Vgl. u. a. 20/2005, S. 94) Das Wissen um diese unbedingte Loyalität im Freundeskreis kann zum Minenfeld werden, was zum Beispiel im Bereich von Partnerschaften als ernstzunehmendes Problem thematisiert wird:

„Meine Freunde, deine Freunde. Immer diese Uralt-Kumpels! Die konnte man noch nie ausstehen. Sie stehlen gemeinsame Zeit, nehmen Einfluss auf ihn. Warum hört er nur auf sie?“ (20/2005, S. 85)

Auf der anderen Seite werden Freundinnen als selbstverständliche Ratgeber konsultiert – zumindest so lange es sich um die eigenen handle. Das entspräche, so die Freundin, sogar der „westlichen Tradition“:

„Eine Entscheidung steht an? [...] [Typisch ist es] in westlicher Tradition fünf Schritte im Voraus zu denken, Argumente zu wälzen oder eine Umfrage (,Was meint ihr?‘) im Freundeskreis zu starten“. (25/2005, S. 104)

Um in den Genuss eines solchen freundschaftlichen Coachings zu kommen, gelte es grundsätzlich gewisse Regeln zu beachten. Zuerst müsse man zeigen, dass man Hilfe brauche: „Dafür müssen Sie Ihren engsten Kreis in Ihr Leben einbeziehen, indem Sie nicht nur Freude, sondern auch Geheimnisse, Ärger oder Trauer mit ihm teilen.“ (1/2006, S. 105) Bei den engsten, den besten Freundinnen müsse man sich nicht verstellen, hier dürfe es einem auch einmal so richtig schlecht gehen. Dann könne man im Gegenzug für diesen Vertrauensbeweis damit rechnen, dass die Freundin zu spüren beginne, wann ihre Hilfe gefordert sei: „Wenn die Seele Trauer trägt [...]. Manchmal rettet einen der Anruf einer Freundin [...]“ (4/2006, S. 105).

In Krisensituationen, so wird an mehreren Stellen in der Freundin deutlich gemacht, sind Freundinnen und Freunde die einzig wahren Helfer. Zum Beispiel in Sachen Liebeskummer:

„Merke: Ohne hingebungsvolle Freunde geht es nicht! Sie brauchen jemanden, der zuhören kann, ein Telefon hat – und mindestens eine Stunde Zeit für Sie am Tag. Fragen Sie einfach; eine echte Freundin wird es gern machen. Weil sie sich erinnert, wie es war, als sie sich an genau diesem Punkt befand. Vielleicht standen Sie ja damals mit einer Packung Taschentücher an ihrer Seite und sagten: ‚Hey, lass mich für dich da sein!‘“ (7/2006, S. 118)

Als *selbstlose Klagemauern* müssten die besten Freundinnen jederzeit und gerne für die Ratsuchende da sein. Besser als jeder Therapeut und rund um die Uhr erreichbar. Nur das seien „echte“ Freunde, die jeden Tag „mindestens eine Stunde“ Zeit aufbringen (wollen). Es wird an dieser Stelle allerdings noch einmal deutlich, dass so ein Beziehungsgefüge durch Gegenseitigkeit funktioniert: Ich helfe dir, irgendwann hilfst du mir. Schopenhauer meint dazu:

„Wahre, echte Freundschaft setzt eine starke, rein objektive und völlig uninteressierte Teilnahme am Wohl und Wehe des andern voraus und diese wieder ein wirkliches Sich-mit-dem-Freunde-Identifizieren. [...] Die Echtheit eines Freundes zu erproben hat man nächst den Fällen, wo man ernstlich Hilfe und

bedeutender Opfer bedarf, die beste Gelegenheit in dem Augenblick, da man ihm ein Unglück, davon man soeben getroffen worden, berichtet.“¹

Den wahren Freund erkenne man also daran, dass er sich in einem solchen Fall nicht insgeheim über das Unglück des anderen amüsiere, sondern sich völlig frei von Eigennutzen, als Helfer und Berater zur Verfügung stelle.

Die besten Freundinnen als Therapeuten. Eine Rolle, die sie in jeder erdenklichen Lage treffen kann. Da heißt es: zuhören und mit den richtigen Worten zur richtigen Zeit zugehen sein. Professionell, aber ohne Ausbildung. Als Freundin eben, die genau wisse, was die ‚Klientin‘ gerade braucht. Mit Hilfe der regelmäßigen Weiterbildung durch die Freundin habe die ‚Therapeutin‘ hilfreich da zu sein, unabhängig davon, ob es um Neid gehe: „Meine Freundin Sara ist am Telefon. Und jammert lautstark über eine Kollegin, die gerade einen eigenen TV-Bericht in London drehen durfte. [...]“ (9/2006, S. 113) Oder um private Entscheidungen:

„[...] Wenn Sie, wie jede normale Braut, kurz vorher ernsthafte Zweifel bekommen, atmen Sie tief durch [...]. Dann sprechen Sie mit einer Person Ihres Vertrauens. Der Bräutigam ist in diesem Fall ungeeignet. Besser: Ihre beste Freundin.“ (10/2006, S. 81)

Oder vielleicht um ein Coaching im beruflichen Bereich:

„Ihre Fähigkeit möglichst selbstbewusst darzustellen können Sie im Privatleben trainieren. Verabreden Sie sich mit einer Freundin und erzählen Sie ihr fünf Minuten lang nur Positives über sich. [...] Wiederholen Sie das ein paar Mal und Sie werden sehen, Ihr Auftreten wird selbstbewusster.“ (24/2005, S. 130)

„Wer gute Freundinnen hat, kann sich den Therapeuten sparen.“ (10/2006, S. 5) Denn eine Freundin

„[...] weiß, wann sie etwas sagen muss, findet die richtigen Worte und den Knackpunkt“, erklärt [...]. Etwa wenn Sie der Freundin mit Liebeskummer oder einem verpatzten Jobprojekt liebevoll erklären, was wirklich schief gelaufen ist.“ (24/2005, S. 106)

Mit der Rolle der Freundin als Ratgeberin wird auch im Anzeigenkontext gearbeitet:

„Nachdem ich meinen Freundinnen davon erzählt habe, waren auch sie überzeugt. Sie hatten schon so viel probiert [...]. Außerdem beinhaltet sie einen zweiten Starter-Epilierer-Aufsatz für deine Freundin zum Ausprobieren. So könnt ihr beide das Gefühl seidenglatter Beine für Wochen genießen. [...]“ (12/2005, S. 51)

Die *beste Freundin* gibt Tipps, erzählt von ihren eigenen Erfahrungen und wirbt so neue Kundschaft. Die sprachliche Herangehensweise an derartige Werbetexte ist der Alltagskommunikation nachempfunden. Die Leserin wird freundschaftlich geduzt, die Werbeinformationen in kleine Geschichten verpackt.

¹ Schopenhauer, Arthur: Freundschaft und Egoismus. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 147-149, hier S. 148.

Neben diesem Bild der Freundin als Therapeutin für jede Situation fordert die Freundin von den Leserinnen auch einen derartig freundlichen Umgang mit sich selbst: „Und hören Sie unbedingt auf, Ihr Aussehen zu beschimpfen! Sie sind schließlich Ihr Freund – nicht Ihr Feind.“ (17/2005, S. 98)

Abgesehen von guten Ratschlägen und aufmunternden Worten wird von der guten Freundin vor allem eines gefordert: das Zuhören. Dabei handle es sich um eine wesentliche soziale Kompetenz, so Jaumeandreu:

„Menschen, die gute Beziehungen zu anderen haben, zeichnen sich dadurch aus, daß sie nicht nur gut reden, sondern auch zuhören können. Nur wer beides kann, beherrscht die Kunst, gute Gespräche zu führen, und damit auch die Kunst, Freunde zu gewinnen; schließlich ist das Gespräch das Herzstück jeder zwischenmenschlicher Beziehung.“¹

Und diese Rolle wird der Freundin in den Sprachbildern der Zeitschrift zugewiesen: „Missbrauchen Sie ihren Mann nicht ständig als Blitzableiter [...]. Ihre beste Freundin, die den Tag entspannt zu Hause verbracht hat [sic!], ist dann vermutlich eine bessere ZuhörerIn.“ (1/2006, S. 99) Bilderbuch-Freundinnen wären also jene, die entspannt zu Hause sitzen; ausgeruht zum Zuhören erfüllten sie die Forderung, *jederzeit* für die Sorgen ihrer Freundin Zeit zu haben.

Riechen

„Es ist sicher wie mit Männern: Das ist irgendetwas, was man riecht – eine Frage von Chemie.“ (25/2005, S. 119)

Jemanden *riechen zu können*, wird in unterschiedlichen Kontexten als wesentliches Kriterium der Partnerwahl aufgezählt. Doch auch, wenn es nicht um die Suche nach den richtigen Genen zur Fortpflanzung geht, sondern um *bloße* Sympathie unter Freundinnen, wird dem Geruchssinn als Sinn der Nähe eine wesentliche Rolle zuteil.

Dass die *Chemie* zwischen zwei Menschen *stimme* oder *nicht stimme*, ist eine Redensweise, die ihren Ursprung in naturwissenschaftlichen Untersuchungen des 18. Jahrhunderts findet. Darauf weist Bovenschen hin:

„Auch die Bewegungen der Freundschaften wurden als Effekte kosmischer und elementarer Einflüsse gedacht. [...] Noch das 18. Jahrhundert war reich an solchen Projekten, die ‚Wahlverwandtschaften‘ auf eine Formel der Naturlehre zu bringen, sie als Teil eines naturkundlichen Untersuchungsfeldes anzusehen.“²

Abgesehen vom eingangs zitierten Beispiel, spielt der Geruch im Kontext freundschaftlicher Aussagen in der Zeitschrift keine direkte Rolle. Vielmehr wird ein übertragener Sinn des

¹ Jaumeandreu, Raimon Gaja: Freundschaft, Liebe, Sympathie, S. 50.

² Bovenschen, Silvia: Ach wie schön. Ein Kapitel über Freundschaft und idiosynkratische Befremdungen mit einem Exkurs über ein Stück von Nathalie Sarraute. In: Querelles, S. 37.

Sich-riechen-Könnens abgebildet, nämlich Nähe, Vertrauen und Sympathie. Das geschieht zum Beispiel über die Schilderung gemeinsamer Unternehmungen:

„Funktionierende Chorgemeinschaften bieten Nähe, Freundschaft und Solidarität – Bedürfnisse, die die Familie in unserer mobilen Welt häufig nicht mehr befriedigen kann. Viele Frauen haben im Chor ihre engsten Freundinnen gefunden.“ (20/2005, S. 102)

Oder von Vertrauensbeweisen: „Eine Freundin ruft bei Ihnen an und fragt, ob sie sich Ihr Auto leihen kann, ihres müsse in die Werkstatt. Für Sie ist das kein Problem – Sie sagen sofort ja.“ (14/2005, S. 94) Und obendrein, über Erzählungen davon, dass man seine Freundinnen besser kenne, als jede andere:

„Marias Füße kennen kein Sonnenlicht. Meine Freundin trägt niemals Sandaletten, auch im Hochsommer nicht. [...] Meine Freundin Eva und ihre ‚Kraterporen‘ verlassen das Haus nie ohne Make-up. Ina kann wegen Schlabber-Oberarmen und Hängebusen keine Tops anziehen. [...] Und ich verstecke meine Mozzarellaweißen Beine wenigstens unter knielangen Röcken. [...]“ (17/2005, S. 96)

Über die Darstellung einer derartigen Vertrautheit wird Zusammengehörigkeit vermittelt. Die Fäden dieser Abbildungsstrategie spannen sich dabei über unterschiedliche Kontexte freundschaftlicher Auseinandersetzungen, in denen das Da-Sein, das sich Nahe-Sein als wesentliche Voraussetzung für das Vorhandensein von Freundschaft argumentiert wird:

„Als eine Sache der Tat entsteht und besteht ein bekundetes Freundsein faktisch nur *aufgrund* der *gelingenden* Gegenseitigkeit eines verbindlichen und beständigen Tätigseins und in der *erlebten* Nähe gemeinsamer *Anwesenheit*“¹,

erklärt Lemke. Auch im Mittelalter beispielsweise, so Eickels, galt Nähe als *das* verbindende Element:

„[...] Diese reichte vom vertrauten Umgang, etwa bei Gesprächen und gemeinsamen Jagdausflügen, bis hin zu Gesten räumlich-körperlicher Nähe wie dem gemeinsamen Essen aus einer Schüssel oder dem gemeinsamen Schlafen in einem Bett [...].“²

Durch die Änderungen in der Moderne mit den neuen Wahrnehmungsmustern der Psychologie konnte jedoch die

„Sprache emotional aufgeladener Freundschaft und Gesten räumlich-körperlicher Nähe unter Männern [...] als Anzeichen sublimierter Homosexualität gelesen werden und verschwand weitgehend aus dem gesellschaftlich akzeptierten und für normal gehaltenen Spektrum der sozialen Beziehungen.“³

Während diese Nähe aus der MännerFreundschaft verschwand, wurde sie zu dem wesentlichen Kriterium in der Darstellung weiblicher Freundschaftsmuster gemacht. So heißt es heute beispielsweise in einem Freundschaftsratgeber: „Was für den Mann die Geliebte, ist für die Frau die beste Freundin. Nämlich die Person, mit der die größte emotionale Intimität

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 87.

² Eickels, Klaus van: Freundschaft im (spät)mittelalterlichen Europa: Traditionen, Befunde und Perspektiven. In: Oschema, Klaus (Hg.): Freundschaft oder „amitié“, S. 27.

³ Ebd. S. 33.

geteilt wird.“¹ Ein anderer spricht von Nähe als Faktor für Geborgenheit und Sicherheit: „Bei der besten Freundin spüren die Frauen Nähe, Wärme, fühlen sich geboren und sicher [...].“² Und schlussendlich seien: „Nähe und Verbindlichkeit [...] grundlegende Faktoren der Mädchenfreundschaften [...].“³

Der sechste Sinn

„Kann man telepathisch kommunizieren? Jeder kennt es: Man denkt an eine Freundin, und plötzlich ruft sie an. Dr. Walter von Loucadou von der Parapsychologischen Beratungsstelle in Freiburg ist sich deshalb sicher, dass es Telepathie gibt [...]. Man beobachtet sie bei Menschen, die sich emotional nahe stehen. Der Experte erklärt das Phänomen mit einer Theorie aus der Quantenphysik [...].“ (18/2005, S. 81)

Freundinnen als „verschränkte Teilchen“? In der Freundin besteht kein Zweifel: Den sechsten Sinn gibt es – zumindest unter echten Freundinnen. Denn:

„[...] die typische Frage gestellt zu bekommen: ‚Ist alles okay? Du klingst so komisch?‘ Das kann nur sie. An der Stimme hören, dass es ihrer besten Freundin schlecht geht. Und nur ihr sagt man dann auch ganz ehrlich, dass man unausstehlich zu seinem Mann war oder in der Arbeit richtig Mist gebaut hat.“ (22/2005, S. 119)

Diese Art ‚mentaler Einheit‘ garantiere zum Beispiel, dass die beste Freundin mich „von allen Menschen am besten kennt“ (22/2005, S. 119). Sie wisse, welche Geschenke ich mir wünsche (Vgl. 11/2005, S. 240) und was meine größten Träume seien:

„Was wollten Sie und Ihre Freundin schon immer unternehmen und haben es nie getan? In der Karaokebar abrocken, Brautkleider anprobieren [...]? Entführen Sie sich gegenseitig und erfüllen Sie sich einen Traum.“ (24/2005, S. 111)

In der Auflösung zu einem Psychotest wird erklärt, wie der sechste Sinn in der Freundin erlangt wird:

„Als aufmerksame Zuhörerinnen geben Sie Menschen [...] das Gefühl, bei Ihnen aufgehoben und verstanden zu sein. Ein Grund, warum gefühlvolle Charismatiker besonders oft in sozialen Berufen zu finden sind und einen großen Freundeskreis haben. [...] Einen Teil Ihrer Faszination macht es deswegen aus, dass Sie die geheimen Wünsche anderer oft zu kennen scheinen, lange bevor diese selbst darauf kommen.“ (24/2005, S. 108)

Nüchtern betrachtet geht es dabei nämlich nicht um *echte* telepathische Fähigkeiten, deren Existenz ist hierfür nicht zu diskutieren. Stattdessen wird von einem konzentrierten Zuhören gesprochen, von einer intensiven Beschäftigung mit der Freundin, von einem Verständnis für Feinheiten und Andeutungen. Dennoch: Die häufige Wiederholung und die bewusste Platzierung dieser ‚Fähigkeit‘ in der Zeitschrift vermittelt durchaus den Eindruck, dass eine gewisse ‚Verschränktheit‘ bei guten Freundinnen notwendig ist. Man versteht sich – auch

¹ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 148.

² Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 18.

³ Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 99.

ohne Worte. Schließlich wäre es die beste Freundin, die nachts um drei Uhr anruft, weil sie spürt, dass es einem nicht gut geht. Im Sinne Simmels scheint es sich dabei um eine „absolute seelische Vertrautheit“¹ zu handeln.

Als Bezeichnung für diese Beziehungsform wird von der „Seelenschwester“ (26/2005, S. 105) bzw. von „Ihrer liebsten Seelenverwandten“ (22/2005, S. 119) gesprochen. Ein Phänomen, das sich nach Meyer-Krentler in die Mitte des 18. Jahrhunderts zurückverfolgen lässt, als sich nämlich

„[...] das Freundschafts-Denken über die Vorstellung der allgemeinen Menschenliebe erhoben [hat], und das heißt, daß nun gerade nicht mehr jeder Mensch freundschaftlich zu lieben ist, sondern nur noch diejenigen sich zusammenschließen, die tatsächlich im Gleichklang der Seele leben.“²

Also doch zwei verschränkte Seelen? Wenn davon berichtet wird, dass eine Freundin nicht nur spürt, wie es der anderen geht, sondern sich die Gefühle sogar übertragen lassen, scheint das so: „Ihre Freundin ist verknallt und deshalb glücklich. So grenzenlos glücklich, dass es auch für Sie noch reicht. [...]“ (16/2005, S. 92) Hier wird deutlich, welche Macht der Freundschaft zugestanden wird. Durch die starke Verbindung zu einem Seelenverwandten bleibt die Freundin nie allein. Gute Freundinnen sind gefühlsmäßig nämlich auch da, wenn sie nicht da sind: „Glücksfaktor Freundschaft: Lassen Sie Ihre Liebsten an Höhen und Tiefen teilhaben. Dann fühlen Sie sich nie allein“ (1/2006, S. 104).

Sichtbar wird die Kraft dieser Verschränkung im Krisenfall. Denn ist eine Freundin so sehr auf sich fixiert, dass ihr sechster Sinn ausfällt, kann das die ganze Freundschaft in Frage stellen:

„Ich bin zwar keine Fledermaus, aber meine Laute werden von Anna in letzter Zeit genauso vehement ignoriert. Und dafür habe ich sie gefressen. Während sie früher mit dem Spürsinn einer Kriminalinspektorin in meiner Stimme hörte, wenn mich der Mann meiner Wahl mal wieder in den Wahnsinn trieb, muss ich sie nun darauf explizit hinweisen – männergerecht, mit einfachen, klaren Worten.“ (16/2005, S. 92)

Plötzlich hat man es nicht mehr mit der Seelenverwandten zu tun, sondern mit einem Wesen, dass kommunikativ – so wird vermittelt – auf der untersten Ebene anzusetzen ist. Nun muss in „Männersprache“ auf einfachste Art verhandelt werden, was normalerweise ohne Worte ausgetauscht wird. Dieses Beispiel belegt deutlich, wo sich die beiden Beziehungstypen, beste Freundin und (männlicher) Partner, in der erzählerischen Praxis der Zeitschrift befinden, an den beiden äußersten Enden der kommunikativen Hierarchie nämlich. In der FrauenFreundschaft wird ein derartiges fehlendes Verständnis zum Krisenfall erklärt.

¹ Simmel, Georg: Soziologie der Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft. Leipzig 1999, S. 160-170, hier S. 162.

² Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Canterino (Hg.): Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft, S. 9.

Der freundschaftlich sechste Sinn wird in der Freundin als durchaus irdisches Phänomen beschrieben, das zwei Menschen verbinde, die sich einander verbunden fühlten. Während Montaigne diese Art der Verschränkung phänomenalisiert – „Bei der Freundschaft hingegen, von der ich spreche, verschmelzen zwei Seelen und gehen derart ineinander auf, daß sie sogar die Naht nicht mehr finden, die sie einte“¹ – werden hier Zeit, Geduld und Interesse als jene Zutaten aufgelistet, die eine derartige Seelenverwandtschaft ausmachen. Die Verschränkung zu einer Einheit wird in der Konvention der Freundin zur Voraussetzung für echte Freundschaft. Aus zwei Fremden werden durch das Wachsen eines sechsten Sinns füreinander zwei Seelenverwandte. Doch im Unterschied zur Blutsverwandtschaft ist die reine Seelenverwandtschaft vergänglich. Wird sie nicht gepflegt, das zeigt das obige Zitat aus der Freundin, reißen die Nähte der Vereinigung und die wortlose Kommunikation innerhalb der Einheit verliert ihre Funktionalität.

¹ Montaigne, Michel de: Über die Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 90.

7. Friendimonials - Die sicheren Bilder in Texten

Der Begriff ‚Friendimonial‘ ist ein Kunstbegriff und steht für die Kombination aus dem englischen ‚friend‘ und dem Begriff ‚Testimonial‘ aus dem Fachjargon der Werbebranche. ‚Testimonial‘ bezieht sich auf eine Zufriedenheitsbekundung, die von einer bestimmten Person (einem Prominenten, Experten oder typischen Vertreter aus der Zielgruppe) über ein bestimmtes Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen geäußert wird. Entscheidend für den Erfolg der Auswahl des Werbeträgers sind dessen Glaubwürdigkeit, Attraktivität und die Imageübereinstimmung der Marke mit dem Testimonial.¹ In diesem Kapitel wird gezeigt, wie Prominente als Werbeträger für Freundschaft auftreten. Dabei steht nicht nur ihr souveräner Umgang mit den Hürden des Freundschaftsalltags im Mittelpunkt; neben ihrer offensichtlichen Vorbildfunktion nützen Prominente in einer PR-orientierten Interviewwelt das Thema Freundschaft auch, um sich selbst zu verorten. Daher wird gefragt, wo Zeugenschaft über Freundschaft als Element des Privatlebens abgelegt und dadurch das Bild des bodenständigen Stars erzeugt wird. Dabei wird auffallen, dass als Zeugen in der Welt der FrauenZeitschrift erstmals vermehrt Männer zu Wort kommen. Als Material dienen Interviews und Geschichten, die medial prominente Personen von einer vorgeblich privaten Seite zeigen. Das Interview stellt dabei eine spezielle Art von Text dar, die den darin vorhandenen Ansichten einen besonderen – scheinbar authentischen – Stellenwert verleiht.

Ein Anmerkung vorweg: Prominente werden nicht interviewt, um ihr tatsächliches Privatleben an die Öffentlichkeit zu bringen. Vielmehr handelt es sich um Darstellungsweisen aus dem Bereich der Public Relations (PR). Prominente vermarkten so entweder aktuelle Produkte oder ihr eigenes Image. In den Interviews geht es um die Kreation von Bildern. Wie will eine prominente Person gesehen werden? Wie präsentiert sie sich der Zielgruppe? Sexy und leidenschaftlich? Nachdenklich oder schüchtern? Intelligent oder naiv? Nach Lowry „werden solche Bilder bewußt aufgebaut, eingesetzt, verändert und gesteuert, um sie an Bedürfnisse der Rezipienten anzupassen.“² Zusätzlich ist zu bedenken, dass viele der abgedruckten Interviews gar nicht in dieser Form entstanden sind; weil die Informationen aus Pressekonferenzen, Aussendungen oder ähnlichem kommen, oder weil viele Interviews – so sie tatsächlich durchgeführt wurden – nicht in der Sprache geführt werden konnten, in der sie abgedruckt sind. Ob nach all den Bearbeitungen, Übersetzungen und Kürzungen am Schluss genau das dasteht, was sich der Prominente tatsächlich gedacht hat, ist auf Grund dieser Faktoren unbekannt.

Diese Grundlagen aus dem journalistischen Alltag gilt es mitzudenken. Trotzdem dürfen die Interviews im Kontext dieser Untersuchung für *wahr* genommen werden, da es hier nicht um die Entstehungshintergründe geht, sondern die Tatsache entscheidend ist, dass die Interviews

¹ Vgl. Kronsteiner, Silvia: Die Konstruktion von Werbeträgern und Testimonials am Beispiel Taxi-Orange. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2004, S. 36-47.

² Lowry, Stephen: Image. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 259-262, hier S. 260.

in der vorliegenden Form für die Rezipientinnen zur Verfügung gestellt werden. Einzig das Bild, das die Freundin ihren Leserinnen vermittelt, zählt. Zu dieser Vermittlung gehören ebenso die Gespräche mit den Prominenten bzw. jene Form, in welcher sie in den Druck gekommen sind.

In einer Zeitschrift, die sich selbst als Freundin bezeichnet, ist es nicht verwunderlich, dass in den Interviews ein freundlicher Ton vorherrscht, dass das Thema Freundschaft eklatant häufig anzutreffen ist.¹ Hauptsächliche Materiallieferanten sind die Interviews mit Filmstars und Sternchen aus dem Kulturreport, ebenso die feste Kolumne der *stilfragen*.

Im Materialberg der Untersuchung stellen diese Texte eine einzigartige Möglichkeit dar, um Freundschaftsaussagen von Männern zu gewinnen. Denn einerseits ist im restlichen Material kaum von Männerfreundschaft die Rede; andererseits, wenn eine Aussage vorkommt, dann ist dies eine, die einer Redakteurin zugeordnet werden kann. Als Interviewpartner kommen hingegen auffallend viele Männer zu Wort. Beispielhaft sei hier auf ein Zitat des Schauspielers Elijah Woods verwiesen:

„Es ist mir egal, ob ich berühmt bin. Davon lass ich meinen Tag nicht bestimmen. Wenn ich Zeit habe, treffe ich Freunde, wir schlendern durch die Straßen wie ganz normale Jungs.“ (1/2006, S. 219)

Oder auf die Antwort des Sängers Jon Bon Jovi auf die Frage nach seinem Rezept für Glück:

„Zu wissen, wo ich hingehöre. Meine Familie, meine Freunde, das ist die Umgebung, in der ich mich wohl fühle. Ich brauche meine Jungs, mit denen ich mir auf der Couch ein Spiel angucken und ein paar Biere trinken kann. Eben das, was Männer so machen, die nie erwachsen werden wollen.“ (11/2006, S. 219)

Diese Häufung von männlichen Interviewpartnern erlaubt mehrere Lesarten: Hängt sie etwa mit der Zeugenschaft der Friendimonials zusammen? Mit der Annahme, dass einem männlichen Zeugnis mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird? Oder mit der Tatsache, dass es hier um eine andere Welt geht? Also um das Andere, um die Berühmten, Reichen und Schönen, um jene, die keinen normierten Alltag zu kennen scheinen. Wird dann – in der Konzentration auf die Männerwelt – für die weibliche Zielgruppe die Spanne des Anders-Seins noch weiter aufgemacht? Oder handelt es sich darum, dass hier – abgegrenzt von der restlichen Zeitschrift – attraktive Männer untergebracht werden können? Also die Leserinnen derart versorgt werden, ohne in die demonstrativ weibliche Welt der Freundin mit ihren Redakteurinnen, Expertinnen, weiblichen Models, etc. einzugreifen? Wie auch immer man die Beobachtung deutet, es gilt, das konzentrierte Auftreten männlicher Interviewpartner festzuhalten.

Kommen Prominente zu Wort, zeigt sich Freundschaft bei Männern und Frauen von einer sicheren Seite. In Kombination mit der vorgeblich authentischen Textart ‚Interview‘ kommt

¹ In vier Fünftel der Ausgaben wird auf die stilistische Anwendung eines Starinterviews mit freundschaftlichem Schwerpunkt zurückgegriffen.

es zu einer Bedeutungsüberhöhung, die sich reziprok auf das Themengebiet Freundschaft auswirkt. Überzeichnet gesagt bietet diese Form der Unterhaltung ‚besondere Einblicke besonderer Menschen in ein besonderes Thema‘. Der Widerspruch dazu: Die Selbstdarstellung als Freundin, als Freund mit einer überhöhten Bedeutungszuschreibung an das Themenfeld wird von den Interviewten vorwiegend genutzt, um ein Stück aus dem Starimage herauszutreten und eine scheinbare Normalität herzustellen – der ‚Star‘ wird menschlich. Nach Hügel ein notwendiger Vorgang, denn:

„Sie [die Unterhaltung] baut z.B. einerseits den Star (fast) zum Übermenschen auf, andererseits muß der Star sich ganz alltäglich-menschlich geben. Nichts nehmen wir einem Star übler, als wenn er unsere Bewunderung ausnutzt, um arrogant sich für etwas Besseres auszugeben.“¹

Diese Vorgabe befolgen die Interviewten präzise. Der Star, der sich als gewöhnliche Privatperson inszeniert. Mit normalen Bedürfnissen und normalen Aktivitäten, wie die Schauspielerin Heike Makatsch erzählt. Sie freue sich, wenn sie „z.B. [...] mal kochen und Freunde einladen kann – es mir heimisch machen.“ (18/2005, S. 140) Schließlich wären es unter anderem „Gespräche mit einer Freundin“ (18/2005, S. 140), die sie für ihre Rollen und ihr Leben inspirieren würden. Freundinnen und Freunde als Heimat. Immer wieder wird in den Interviews betont, dass man Freunde nach Hause einlade, um sie zu bekochen. Das Kochen als alltägliche Tätigkeit wird zu einem Akt der Verankerung. Schauspieler Hayden Christensen wird in seiner ‚Bodenhaftung‘ noch deutlicher, wenn er erklärt, er erwarte von seinen Freunden, dass sie ihm „[...] die Leviten lesen, wenn ich abheben sollte, und dass sie absolut ehrlich zu mir sind. Die engsten Freunde kenne ich schon seit meiner Kindheit.“ (12/2005, S. 221) Ein ‚konservatives‘ Bild von Freundschaft, betont werden die lange Dauer und die Bedeutung von Ehrlichkeit.

Das Themenfeld Freundschaft wird genutzt, um das eigene Image aufzupolieren. Neben der Familie sind es vor allem Freundinnen und Freunde, jene selbst gewählten Begleiter, die bei Prominenten für Privatheit stehen. Da kann eine Schauspielerin, ein Sänger noch so exzentrisch auftreten, scheint er privat den netten Kumpel abzugeben, wird diese Facette zu seinem oder ihrem Image addiert. Freundschaften, die auftauchen und verschwinden, die den momentanen Erfordernissen nachkommen können, passen sich wie ein Chamäleon an die Bedürfnisse jeder Situation an. Erzählen ‚Stars‘ in Interviews über einen ihrer Freunde, eine ihrer Freundinnen, so können sie jede Geschichte, jede gewünschte Facette ihres Starimages betonen.

Doch nicht nur Schauspieler und Sänger, also Menschen aus dem Bereich der Unterhaltung, unterliegen dieser vermeintlichen Freundschaftspflicht. Auch im politischen Interview lässt sich ein ähnlicher Mechanismus antreffen. Schließlich hätten, so Kurzenberger: „Politiker und Personen des öffentlichen Lebens [...] bei ihrer Präsentation ähnliche

¹ Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, S. 131.

Darstellungsaufgaben.“¹ Ein Beispiel dazu liefert die Freundin in Form eines Gesprächs mit der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel (damals kurz vor der Wahl): „Im Übrigen bin ich froh, dass ich meine Familie und Freunde als Rückhalt habe, die mich auch in diesen aufregenden Zeiten nicht abheben lassen.“ (20/2005, S. 97) Im folgenden Interviewausschnitt wird deutlich, wie ein Freundschaftsbild politisch motiviert aussehen kann:

„[Freundin] Bleibt denn überhaupt Zeit für Freundschaften? Kann man sich austauschen?

[Angela Merkel] Leider nicht sehr oft, ich bin froh, wenn ich genug Zeit für meinen Mann habe oder für die Familie. Aber meine langjährigen Freundschaften dauern schon über 20 Jahre, die überstehen das. Und ich habe einen engen Kontakt zu meiner Schwester, mit der ich über sehr viel reden kann. [...]

[Freundin] Sind Sie eher mit Männern oder mit Frauen befreundet?

[A.M.] Beides. Aber ich hatte zahlenmäßig sicherlich mehr Freundinnen.

[Freundin] Was sind für Sie die wichtigsten Merkmale einer Freundschaft?

[A.M.:] Dass man auch mal über eine Dürreperiode hinwegkommt, in der man sich nicht so oft sehen und sprechen kann. Dass man sich Dinge anvertrauen kann, ohne dass dies öffentlich wird. Und dass man keine Rolle spielen muss. Dass es nicht so wichtig ist, wie man gerade aussieht oder wie man gelaunt ist, sondern wie man als ganzer Mensch ist. [...] Im Job [...] wird natürlich sehr viel stärker auf das Erbringen von Leistungen geschaut. Eine Freundschaft dagegen ist etwas Zweckfreies. [...] Familie steht für Geborgenheit. Sie ist noch stärker als Freundschaft, eine Bindung für alle Lebenslagen.“ (20/2005, S. 97)

Als Hierarchie wird hier eindeutig kommuniziert: zuerst der Mann, die Familie, dann die Freunde. Wobei alle gemeinsam für die notwendige Bodenhaftung sorgen. Dieser private Lebensbereich wird in idealisierter Form dem professionellen Bereich gegenübergestellt. Müsse man sich beruflich oft verstellen oder von seiner besten Seite zeigen, dürfe man sich keinen Fauxpas erlauben, so sei es der Freundeskreis oder die Familie, wo man tatsächlich man selber sein dürfe. Freundschaft als Ort des Vertrauens also: zweckfrei, bindend und ein Platz für Geborgenheit. Aber in all diesen Eigenschaften per Definition der Familie untergeordnet. Wesentlich auch die Gender-Frage: Freunde oder Freundinnen? Wähler- und Wählerinnenfreundlich muss die Antwort, alle einschließend, „beide“ lauten. Im Nebensatz, sei es zur Hervorhebung einer zusätzlichen Facette von Weiblichkeit, sei es, um eine konservativere Schicht zu bedienen, die Erwähnung der Freundinnen; und wieder die – schon bei den Schauspielern bemerkten – Werte wie Ehrlichkeit und Vertrauen.

Kaum einer der Prominenten sagt, dass er oder sie keine Zeit für Freunde hätte, dass Freundinnen nicht wichtig seien oder dass man Freundschaft für ein überschätztes Thema halte. Anhand der Interviews lässt sich beobachten, dass ein Bild propagiert wird, indem man Freundinnen oder Freunde zu haben, Freundschaften zu schätzen und diese zu pflegen hätte.

¹ Kurzenberger, Hajo: Theatralität. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur, S. 454.



Abb. 88



Abb. 89



Abb. 90



Abb. 91

7.1. Unter Freundinnen

Da in der Serie *unter freundinnen* in einem vergleichbaren Rahmen wiederkehrend an der Konstruktion eines *makellosen* Freundschaftsbildes gearbeitet wird, soll diese Bühne im Folgenden näher beleuchtet werden. Dabei erfolgt die Aufführung des Stückes ‚beste Freundinnen‘ im Zweiwochentakt. Kulisse und Inszenierung bleiben gleich, die Hauptdarsteller spielen in wechselnder Besetzung. Die Vorgaben des Regisseurs (in dem Fall der Redaktion) lassen dem eigentlich kreativ arbeitenden Fotografen wenig Handlungsspielraum. Es bleibt die reduzierte Inszenierung in drei Akten (auf drei Bildern), wobei die Rahmenhandlung und das Bühnenbild weitgehend gleich bleiben (Abb. 88-91). Wiederkehrende Inszenierungsstrategie ist die Ähnlichkeit der Bilderfreundinnen: In ihrem Alter, ihrer Pose und ihrem Kleidungsstil. Dass für die Leserschaft trotzdem eine Unterscheidbarkeit gegeben ist, verantworten die unterschiedlichen Darsteller und ihre wechselnden Kostüme.

Diskutierte Inhalte drehen sich: um Eintracht und Einigkeit. Humor und ernsthafte Gespräche. Locker-flockiger Spaß am Leben und Jugendlichkeit. Die auffällige Ähnlichkeit im Umgang mit Themenbereichen wie Familie, Karriere und Freundschaft, Biografie der Freundschaft, Kontakt über weite Distanzen, Eifersucht, Männer oder Konfliktmanagement lässt die Vermutung zu, dass Friendimionials besonders jene Situationen als Idole vorleben, die ansonsten in der Freundin, aber auch in anderen Quellen, als problematisch für FrauenFreundschaften skizziert werden. Die Betrachtung der Friendimionials lohnt auch deshalb, weil in der Verknappung eines Interviews ein ‚Star‘ die Essenz dessen vorführt, was im aktuellen Kontext gesellschaftlichen und kulturellen Ansprüchen seiner Zielgruppe entspricht, darauf weist Lowry hin:

„Stars [...] dienen als personalisierte Darstellungen aktueller Fragen und Probleme, insbesondere als Verkörperung möglicher Formen der persönlichen Identität, der Werte, der Geschlechterrollen [...]. Indem sie ihren Fans als Modell von Werten, Eigenschaften und Moden in Kleidung und persönlichem Habitus dienen, sind sie zugleich Kristallisationspunkte, an denen kulturelle Tendenzen und oft Konflikte sichtbar werden.“¹

¹ Lowry, Stephen: Stars. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur, S. 442.

An die vorhandenen Texte gilt es also folgende Fragen zu stellen: Welche Werte werden in den prominenten Freundschaftsbildern betont? In welchen (Interview-)Situationen wird der Themenbereich Freundschaft aufgegriffen? Welche Bilder von Freundschaft werden kreiert – auch in Hinblick auf ein mögliches „Doing Gender“?

Beginnt man den Text zu lesen, spiegeln sich bereits in den Überschriften zahlreiche Freundschaftsmythen wider: „Sie teilen alles – bis auf die Männer“ (21/2005, S. 131) heißt es beispielsweise, oder es war „Freundschaft auf den ersten Blick“ (1/2006, S. 155). Zwei andere Frauen sind offenbar „Ganz auf einer Wellenlänge“ (6/2006, S. 131) oder zeigen „Vollen Einsatz beim Freundschaftsspiel“ (11/2006, S. 163). An Freiheit und Autonomie denkt man kaum, wenn derartig zusammengeschweißte Teams in abgestimmter Kleidung vorgeführt werden. Und dann heißt es noch, sie zeigten vollen Einsatz, befänden sich auf einer Wellenlänge (was an sich schon auf totale Übereinstimmung schließen lässt) und würden (fast) alles teilen. Solche Bilderbuchfreundschaften sind nicht zufällig entstanden, da hat es geblitzt und beim Kennenlernen waren quasi Freundschafts-Schmetterlinge im Bauch. Es kommt zu einer – für die Friendimoniales in der Freundin typischen – Überhöhung von Freundschaft als Beziehungsideal.

Das Interview selbst beginnt mit einer kurzen Einführung unter Verwendung von biografischer Daten wie Name, Alter, Beruf oder Herkunftsort, die die vorgestellten Bilderfreundinnen einkreisen, festmachen. Dadurch erhält eine Geschichte Glaubwürdigkeit, erklärt Barthes:

„Der Informant (zum Beispiel das genaue Alter eines Protagonisten) mag noch so ‚matt‘ sein in bezug auf die übrige Geschichte, er dient als Gewähr für die Realität des Berichteten und verankert die Fiktion im Wirklichen. Er ist ein realistischer Operator und besitzt als solcher eine unleugbare Funktionalität, nicht auf der Ebene der Geschichte, sondern auf der Diskursebene.“¹

Mehrfach wird in der Zeitschrift das fröhliche, unbeschwerte Auftreten der Protagonistinnen betont. Nicht nur auf den Fotos, auch im Text wird stets gelacht und gekichert:

„Bestens gelaunt treffen Ursula Karven, 41, und Kim Steeb, 36, zum Interview in München ein. Sie kommen gerade vom gemeinsamen Familien-Skiurlaub bei Karvens Eltern im Allgäu [...]“ (6/2006, S. 131),

heißt es da zum Beispiel im Märzheft. Und die Septemбераusgabe schlägt in dieselbe Richtung: „Keine Frage, die zwei verstehen sich auch ohne Worte. Es genügt ein Blick, und schon lachen sie los.“ (21/2005, S. 131) Blindes Verstehen, Spaß haben, gemeinsam Zeit verbringen. Auf diesen Nenner lassen sich die präsentierten Voraussetzungen für eine derartig *ideale* Freundschaft bringen. Die Übereinstimmung der – oft als jahrzehntelang erfolgreich demonstrierten – Beziehungen reicht sogar so weit, dass sich viele Paare auch beruflich zusammengetan hätten: Beispielsweise ist in der Einleitung von zwei Frauen die Rede, die

¹ Barthes, Roland: Einführung in die strukturelle Analyse von Erzählungen. In: Bisanz, Elize (Hg.): Kulturwissenschaft und Zeichentheorien. Zur Synthese von Theoria, Praxis und Poesis (= Methoden der Kulturwissenschaft, Bd. 1). Münster 2004, S. 101-134, hier S. 113.

„[...] seit 20 Jahren eng befreundet [sind]. Jetzt haben sie ein gemeinsamen berufliches Ziel entdeckt: ein Yoga-Center auf Mallorca“ (6/2006, S. 131) oder „Ihr gemeinsamer Frauenroman [...] ist gerade erschienen. Die Arbeit daran hat ihre Freundschaft noch enger werden lassen.“ (21/2005, S. 131)

Auf der zweiten Seite der Rubrik sind in jeder Ausgabe ein oder zwei Zitate hervorgehoben. Teilweise charakterisieren sie die Beziehung der Frauen zueinander: „Wir brauchen Momente nur für uns“ (6/2006, S. 132), „Babette ist für mich ein Stück Zuhause“ (11/2006, S. 164) oder „Kind und Job: Jede von uns weiß, was das bedeutet“ (22/2005, S. 136). Teilweise sind das allgemeine Statements zum Freundschaftsbild der vorgestellten Frauen: „Freundschaften funktionieren nur, wenn man sich respektiert“ (1/2006, S. 156) oder „Probleme muss man offen ansprechen“ (8/2006, S. 156). In jedem Fall vermitteln sie den Eindruck, dass man sich intensiv mit dem Thema Freundschaft auseinandersetze und über die jeweilige Beziehung nachdenke.

Was sind die Themen, die bei derartigen Interviews angesprochen werden? Was wollen die Leserinnen von diesen perfekten Freundinnen lesen, was lernen? Chronologisch betrachtet spielt der Anfang der Freundschaft eine Rolle: Wo und wann haben sich die Frauen kennen (und lieben) gelernt? War es sofort Freundschaft oder ist diese erst entstanden? Welche Weiterentwicklungen und Veränderungen hat die Beziehung durchgemacht? Gab es Krisenzeiten und wenn ja, wie wurden diese gemeistert? Wie viel Zeit beansprucht die Freundschaft? Was machen die Frauen dann am liebsten gemeinsam? Wie ist das mit den Männern? Mit der Familie? Und in wiefern beeinflusst die eine Freundin die andere? Gern wird ganz allgemein diskutiert, was eine gute Freundschaft ausmache, oder was in bestimmten Situationen dabei wichtig sei. Ein genauerer Blick auf die einzelnen Stationen der *idealen* Freundschaft lohnt.

Das erste Treffen

„Freundschaft ist etwas Lebendiges. Sie läßt sich in verschiedene Phasen einteilen und ist auch während solcher Abschnitte, z.B. Beginn oder Auflösung der Beziehung, nicht statisch.“¹

Zu diesem Ergebnis kommt Auhagen und dies gilt ebenso für die Freundschaft von Friendimionials: Auch sie haben eine Biografie. In den Interviews *unter freundinnen* wird gern nach dem Anfang, dem ersten Kennenlernen gefragt. Meist sind es Zufälle, die die Freundinnen zusammenführen, ähnliche Lebensumstände lassen die Frauen dann zusammen bleiben. So erklärt Kunstmanagerin Judith Milberg auf die Frage nach ihrem ersten Treffen mit Freundin Claudia Michelsen:

¹ Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag, S. 10.

„Purer Zufall! Wir liefen uns am Strand von Mallorca in die Arme, unsere Männer kannten sich. Jede von uns hatte gerade ein Baby bekommen – und seit dieser Begegnung sind wir befreundet.“ (10/2006, S. 161)

Grundsätzlich können Freundschaften, die erst als Erwachsene geschlossen wurden und solche, die schon seit der Kindheit oder Jugend bestehen, unterschieden werden. Während sich erwachsene Freundinnen häufig im beruflichen Alltag treffen, sind die langjährigen Freundinnen meist Relikte aus den Schultagen. So berichten Anna Maria Kaufmann und Barbara Ensinger über den Beginn ihrer mittlerweile 20-jährigen Freundschaft:

„Wir haben zusammen die Hotelfachschule am Tegernsee besucht und waren in einer Klasse. [...] Und ich habe ja Halt gefunden. Vor allem bei Babsi. Nach der Schule sind wir immer in Kontakt geblieben, obwohl ich in einer anderen Stadt lebte.“ (2/2006, S. 90)

Ähnlich ist die Geschichte bei Alexa Hennig von Lange und Silke Bremer. Vor über 15 Jahren haben sie sich auf einer Party kennen gelernt – und nicht gemocht: „Bremer: [...] weil ich schwarz lackierte Fingernägel hatte, so wie du.“ (22/2005, S. 135) Doch als sie sich näher kennen lernten, lernten sie sich lieben. Von dieser gemeinsamen Zeit profitiere ihre Freundschaft noch heute:

„Hennig von Lange: Uns schweißt bis heute zusammen, dass wir als Teenager so viel gemeinsam erlebt haben. Das war eine sehr emotionale Zeit mit Höhen und Tiefen, Selbstmordgedanken. Na ja. Man kennt das ja. Und erlebt das später mit keiner Freundin mehr so intensiv.“ (22/2005, S. 136)

Die *alten* Freundinnen, als die ganz besonderen. Die aus einer Verbindung stammen, die sich als Erwachsene nicht mehr nachholen lässt. Doch es geht auch anders. Denn, wenn das Gefühl stimmt, dann könne trotz der fehlenden gemeinsamen Vergangenheit eine Beziehung ganz schnell an Tiefe gewinnen, wie die Schauspielerinnen Ursula Karven und Kim Steeb erzählen: „Das Vertrauen war vom ersten Tag an da. Wir wussten irgendwie, dass wir zusammengehören. Wie Seelenschwestern.“ (6/2006, S. 132) Und Esther Schweins bezeichnet ihre beste Freundin sogar gewissermaßen als *Liebe auf den ersten Blick*:

„Das ist Intuition. Zum ersten Mal haben wir uns gesehen, als wir nach einer Veranstaltung mit Kollegen in einer Kneipe waren. Das war vor vier Jahren – mit ihrem italienischen Temperament ist mir Clelia sofort aufgefallen. Als wir uns unterhalten haben, hat es gleich gefunkt.“ (1/2006, S. 155)

Doch zur Biografie der Freundschaft gehört nicht nur das erste Kennenlernen. Mindestens ebenso wichtig ist in diesem Zusammenhang die Frage, wann oder bei welcher Gelegenheit aus der Freundin oder der Bekannten eine beste Freundin geworden sei. Zum Beispiel über den gemeinsamen Humor:

„Schäfer: O Gott, das ist schon 23 Jahre her. Wir haben im Studium zusammen gejobbt [...]. Da haben wir gemerkt, dass wir über dieselben Situationen lachen, bei denen alle anderen verstummen.“ (21/2005, S. 131)

Oder über das Ende einer Beziehung. Gleich in mehreren Fällen sprechen die Frauen nämlich davon, wie sie sich gegenseitig in Zeiten von Liebeskummer aus der Traurigkeit gezogen haben, wie zum Beispiel Anna Maria Kaufmann und Barbara Ensinger:

„Vielleicht die Situation, als du plötzlich vor meiner Tür in München standest, weil deine damalige Beziehung zerbrochen ist. Da hat Anna Maria eine Weile bei mir gewohnt. Das war eine sehr lustige Zeit, wir sind viel weggegangen...“
(2/2006, S. 90)

In der Freundschaft zwischen Anna Carlsson und Barbara Schöneberger waren gleich mehrere Anläufe notwendig, bis sie sich gegenseitig endgültig gefunden hätten. Nach einer mehrjährigen Verbindung über gemeinsame Bekannte kamen sie in einem Flieger nebeneinander zu sitzen. Ein gleichzeitiger Umzug, Flugangst und schlussendlich die Trennung einer Partnerschaft führten zu der dargestellten innigen Freundschaft. Die freundschaftlichen Biografien erzählen davon, dass das Kennenlernen mit zunehmendem Alter länger dauert. Dass mehr gegenseitige Unterstützung notwendig sei, bevor das Vertrauen in eine Freundschaft so weit gefestigt ist, dass von einer besten Freundin die Rede sein könne. Wichtiges Stilmittel dieser engen Verbindungen sind Kosenamen. Wenn aus Barbara ‚Babsi‘ oder aus Claudia ‚Claudi‘ wird, steht das für eine Intimität zwischen den Freundinnen, die besonders im Unterschied zur höflichen Distanz gegenüber der Redaktion deutlich zum Ausdruck kommt.

Die erzählten Geschichten lassen die Leserin erfahren, dass Freundschaften, ähnlich wie Partnerschaften entweder mit einem großen Knall oder schleichend beginnen können. Manchmal ist von *Liebe auf den ersten Blick* die Rede, manchmal werden mehrere Anläufe geschildert. In jedem Fall gibt es aber den Moment, wo aus Bekannten Freunde werden – bzw. aus gewöhnlichen Freundinnen beste Freundinnen. Diese Darstellung unterstreicht Lemke:

„Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass das gute Gelingen einer Freundschaft nur als Ergebnis einer langjährigen und schrittweisen Gewöhnung möglich ist. Es kann sein, dass Freunde sich von Anfang an besonders verbunden fühlen, weil sie sich ‚wie immer schon gekannt, sogleich erkennen‘ und sofort davon überzeugt sind, dass ihre Beziehung eine gute Freundschaft sein wird.“¹

Die Friendimonials sprechen dabei hauptsächlich von Situationen, in denen eine der anderen beigestanden hat. Situationen, in denen eine enge Vertraute gebraucht wurde. In einigen Texten wird davon gesprochen, dass das Ende einer Beziehung zum Beginn der Freundschaft geworden ist. Ein nicht untypischer Verlauf, wie sich bei Kierkegaard lesen lässt:

„Diejenigen, welche allzu früh der Liebe Süßigkeit gekostet, [...] sie haben vielleicht eine unrichtige Anschauung von dem andern Geschlecht gewonnen. [...] Sie ließen also die Liebe fahren [...] Sie wählten nunmehr die Freundschaft.“²

Insgesamt wird den Leserinnen – sofern sie auf der Suche nach einer neuen besten Freundin sind – am Ideal gezeigt, dass sie mit offenen, hilfsbereiten Augen durchs Leben gehen müssten. Man wisse schließlich nie, wann und wo man die beste Freundin treffe.

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 93.

² Kierkegaard, Sören: Freundschaft und das Ethische. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 138-146, hier S. 140.

Die beste Freundin und Familie

Relativ breiter Raum wird in den Interviews dem Thema Familie gegeben. Und zwar aus mehreren Perspektiven. Einerseits handeln die Geschichten von Freundinnen, die zum Familienersatz werden:

„Das [so etwas wie ein Familienersatz] ist sie immer noch. Babsi ist mein ruhender Pol! Und nicht nur sie, ihre ganze Familie. Ihr Bruder macht auch Musik, ihr Vater war öfter mal in Kanada... Da gibt es eine enge Bindung, sehr vertraut und sehr wichtig für mich. Dass ich mich in München wie zu Hause fühle, liegt auch daran.“ (2/2006, S. 90)

Im genannten Fall wird die Freundin familiär integriert. Die ganze Familie kümmert sich um die Freundin der Schwester, nimmt sie auf. Nicht umsonst wird im freundschaftlichen Kontext gerne von Seelenschwestern gesprochen – FrauenFreundschaft als Schwesternschaft. Ähnlich erzählt es folgender Fall:

„[Sandra] Leonhard: Ich konnte mir nie vorstellen, mit einer Freundin zusammenzuziehen. Und mit Jasmin fühlt es sich jetzt so an, als würde ich mit meiner Schwester zusammenwohnen. Ich glaube, das ist es auch, was uns von vielen normalen Wohngemeinschaften unterscheidet. Wir leben nicht nebeneinander her, sondern sind füreinander da.
[Jasmin] Gerat: Das ist wie Familie.“ (7/2006, S. 180)

Also keine herkömmliche Freundschaft in einer WG, nicht ein nebeneinander wohnen, sondern ein miteinander. So charakterisieren die beiden Frauen ihre Beziehung. Aus einer Bekanntschaft wird Familie – und zwar dadurch, dass man über das normale freundschaftliche Maß füreinander da sei. In einer derartigen Schwesternschaft ist auch die körperliche Berührung kein Tabu. Ihre Nähe zueinander argumentieren Irene Rindja-Münster und Anna Loos-Liefers physisch:

„Wir gehen auch manchmal Arm in Arm. Wenn ich bei Anna übernachtete und ihr Mann [...] nicht da ist, schlafen wir sogar in einem Bett...
Anna Loos-Liefers: ... und mein Kind in der Mitte. Als ich schwanger war, hat Irene mir sogar den Bauch eingecremt. Ich habe keine andere Freundin, die mir so nah ist, wie sie. Mit anderen geht man mal Kaffee trinken, quatscht Probleme durch. Aber so abknuddeln? Geht nur mir Irene.“ (26/2005, S. 125)

Huber und Rehling skizzieren diese Gründung einer Schwesternschaft als typisch für Frauen und vermuten, dass das Einbinden in die strukturelle Beziehungsform Familie den Freundinnen als eine gegenseitige Absicherung diene:

„Freundinnen tun sich freiwillig zusammen. Keine kann die andere zwingen, für sie da zu sein. Ist das einer der Gründe, warum manche Frauen, die in sehr strikt fest gefügten Lebenssituationen leben, die Freundin als eine Art ‚Familienmitglied‘ aufnehmen – um sie strukturell einzubinden? Um sich ihrer sicherer sein zu können?“¹

¹ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S.158.

Die Freundschaften werden insofern als familiäre Beziehungen interpretiert, als die Familie für eine nicht-lösbare Verbindung steht. Der eigene Bruder, die eigene Schwester kann noch so viele Probleme bereiten – trotzdem bleibt man mit ihm, mit ihr verwandt. Ähnlich präsentieren die Friendimonials ihre Freundschaften; als Schwesternschaften, die – egal in welcher Situation – auf alle Fälle bestehen bleiben. Der Leserin wird angeboten an eine Beziehungsform zu glauben, die nicht schnelllebig ist, sondern deren wichtigstes Kennzeichen die lange Dauer ist; unabhängig davon, welche Probleme gemeinsam gemeistert werden müssen.

Im Rahmen der schwesterlichen Freundschaft werden in der Freundin gemeinsam biografische Konfliktsituationen gelöst, beispielsweise der wechselseitige Umgang mit Kind und Mann. Während die Leserinnen erst lernen müssten, wie mit derartigen Krisen umgegangen werden könne¹, profilieren sich die Friendimonials bereits als Experten und betonen ihren souveränen Umgang mit der fremden Situation – beispielsweise mit der Geburt eines Kindes:

„Wir reden natürlich schon viel über Schwangerschaft und Kinder, auch sehe ich einige Dinge jetzt aus einer anderen Perspektive. Aber an unseren Treffen wird sich nicht viel ändern, da nehme ich das Baby mit. Ich werde als Mutter bestimmt nicht nur zu Hause sitzen.“ (1/2006, S. 156)

Als Idealfall wird gezeigt, wie Freundinnen diese neue Konstellation bewältigen können:

„[Freundin] Manchmal kann es in einer Freundschaft ja schwierig sein, wenn die ein Kinder hat und die andere nicht...

Kunze: Bei uns ist das alles andere als ein Problem. Nova ist eine Spitzen-Nanny. Wenn sie bei uns ist, springt die Kleine nur noch um sie rum. Wir Eltern sind dann erst einmal abgeschrieben.“ (4/2006, S. 115)

Die beste Freundin als Babysitterin. Sie hilft manchmal aus, dafür bekommt sie Familienanschluss. Als Quasi-Schwester der Mutter nimmt sie die Position einer Tante ein. Durch Familiengründung verändert sich Freundschaft zwar, aber nicht zu Lasten der Qualität, so erzählen es die Friendimonials; Bärbel Schäfer und Susanne Luerweg beispielsweise:

„Wenn wir früher gesagt haben, ‚Lass uns um elf treffen‘, dann meinten wir, um 23 Uhr in der Bar. Heute sind wir beide Mütter und verabreden uns um elf Uhr vormittags, wenn die Kinder versorgt sind.“ (21/2005, S. 131)

Das Problem der unterschiedlichen Lebenssituation in Freundschaftsbiografien ist ein vielfältig angesprochenes Thema im Kontext von Frauenbeziehungen. Wenn ein Kind kommt und die andere Freundin Karriere macht, stellt das eine Freundschaft auf die Probe. In den Interviews wird diese Problematik zwar vielfach angesprochen, die befragten Frauen haben aber immer einen Lösungsvorschlag parat. Sie hätten es geschafft, trotz Kinder, Karriere, Familie oder Ortswechsel ihre Freundschaft lebendig zu halten. Den Leserinnen wird vorgelebt, dass sich diese biografischen Konfliktsituationen lösen lassen.

¹ Siehe auch: Kapitel *Von „Zicken-Theater“ und anderen Katastrophen*.

Schlussendlich geht es im Themenbereich Familie um Partnerschaften. Denn die Männer der Freundin werden zu einem mehr oder weniger wichtigen Bestandteil der Freundschaft gemacht. So werden beispielsweise Hierarchien demonstriert, wenn es heißt:

„[freundin] Wann haben Sie diesen Freund Ihrer Freundin vorgestellt? [...] [Barbara Schöneberger] Ganz am Anfang unserer Beziehung. Ich war vorher total nervös. weil ich so sehr wollte, dass Anna ihn mag. Zum Glück haben die beiden sich gleich gut verstanden.“ (8/2006, S. 156)

Aber auch wenn der Neuzugang nicht so positiv aufgenommen wird, könnten beide Beziehungen (Partnerschaft und Freundschaft) diese erste Krise überstehen.

„Steeb: Du warst anfangs auf meinen Mann eifersüchtig. Weil ich mit Charly viel Zeit verbringen wollte.

Karven: Das war hart, gerade weil es mit so einem Karacho kam. Plötzlich war ich bei ihr nicht mehr die Nummer 1 (*lacht*).“ (6/2006, S. 132)

Dazu brauche es Verständnis, Vertrauen und Offenheit. Später werden die Konflikte dann verharmlost. Denn: Die Interviews spiegeln eine sehr heile Freundschaftswelt. Gestritten wird kaum, uneinig ist man sich nur manchmal – und wenn, dann hat man ganz viel Verständnis für die Bedürfnisse der Freundin. Und wie das obige Beispiel zeigt: Wenn Krisen zugegeben werden, dann werden diese zumindest durch ein (zitiertes) Lachen verharmlost.

Wie bleibt man in Kontakt?

Die Protagonisten von *unter freundinnen* sind durchwegs intensiv beschäftigte Frauen. Familie und Karriere? Kein Problem in der Freundin. Gleichwohl werden an Freundschaften besondere Anforderungen gestellt – nämlich dann, wenn es darum geht, wie oft sich die Frauen sehen bzw. wie sie in Kontakt bleiben können. Im Unterschied zur Freundschaftstheorie, wo beispielsweise Schopenhauer meint:

„Entfernung und lange Abwesenheit tun jeder Freundschaft Eintrag; so ungern man es gesteht. Denn Menschen, die wir nicht sehn, wären sie auch unsere geliebtesten Freunde, trocknen im Laufe der Jahre allmählich zu abstrakten Begriffen auf, wodurch unsere Teilnahme an ihnen mehr und mehr eine bloß vernünftige, ja traditionelle wird: die lebhafteste und tiefgefühlte bleibt denen vorbehalten, die wir vor Augen haben, und wären es auch nur geliebte Tiere. So sinnlich ist die menschliche Natur“¹,

wird bei den Friendimonials mehrmals erwähnt, dass nicht die Häufigkeit des Kontaktes eine Rolle spiele – und zwar dann nicht, wenn die Freundschaft eine gute wäre.

„Ich rufe in regelmäßigen Abständen an – und lande dann meistens auf der Mailbox. Aber Anna Maria ruft immer zurück.“ (2/2006, S. 90) „Natürlich versuchen wir, uns zu treffen, wann immer ich in München bin. Aber wie oft man sich bei der anderen meldet, das ist doch gar nicht so entscheidend für uns.“ (2/2006, S. 90)

¹ Schopenhauer, Arthur: Freundschaft und Egoismus. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 149.

Weder räumliche Trennungen, noch längere Durststrecken auf Grund von Vielbeschäftigung werden als Problem dargestellt. Ein Thema allerdings sind diese Fragen in den Interviews schon.

„Ursula Karven: Es gibt immer wieder Phasen, in denen ich wie vom Erdboden verschluckt bin. Kim kennt das. Sie weiß, dass ich wieder auftauchen werde und dann wieder voll da bin. Das ist das Wunderbare, wenn man sich so lange [seit 20 Jahren] kennt: Man muss nicht mehr alles erklären.“ (6/2006, S. 131)

Warum spielt ein regelmäßiger Kontakt in diesen idealisierten Freundschaftsbildern keine große Rolle? Weil das Vertrauen aufgebaut worden sei, dass die Freundin jederzeit da wäre – immer dann, wenn sie wirklich gebraucht wird, erklären Alexa Hennig von Lange und Silke Bremer:

„Wir hatten immer Kontakt, auch wenn wir nicht jede Woche miteinander telefoniert haben. Wenn etwas Wichtiges ansteht, ist die andere da. [...] Trotz der großen Distanz.“ (22/2005, S. 136)

Oder weil die Freundschaften eigene Rituale entwickeln, kleine Handlungsweisen, die den beteiligten Personen zeigen, dass die Beziehung funktionsfähig ist. Zum Beispiel ein regelmäßiges Zeichen, das die Entfernung zu überbrücken hilft:

„Wir schätzen eher die kleinen, spontanen Gesten. Ich freue mich, wenn Tina in einer Drehpause simst, wie es gerade bei ihr so läuft. Das zeigt: ‚Ich bin gerade weg, aber ich denk trotzdem an dich.‘“ (24/2005, S. 122)

Um freundschaftliche Fernbeziehungen am Laufen zu halten, brauche es, so die Friendimonials, vor allem Vertrauen – und das Gefühl, von der anderen gebraucht, gewollt zu werden. Es wird mehrfach betont, dass es nicht auf die Häufigkeit des Kontaktes ankomme, sondern auf die kleinen, spontanen Zeichen. Die unerwarteten Gesten, die die Freundin trotz Entfernung im Alltag integrieren. Nur über die Häufigkeit dieses Kontaktpflegens sind sich die Frauen nicht einig. Während zum Teil davon gesprochen wird, dass man sich nicht jede Woche hören könne, scheinen andere Freundinnen deutlich längere Durststrecken hinzunehmen. Da wird dann davon gesprochen, dass man sich eben ein halbes Jahr nicht gemeldet oder dass man sich mehr als ein Jahr lang nicht gesehen hätte. Einer *idealen* Freundschaft tue das so oder so keinen Abbruch.

Was in der Freundschaft zählt

Zwischen den Friendimonials ist klar definiert, was Freundschaft ausmache. Die Motive sind ähnlich, wenn auch unterschiedlich gewertet:

„Meierhenrich: Janine ist unglaublich ehrlich. Sie redet, wie ihr der Schnabel gewachsen ist. Bei ihr kann ich so sein, wie ich bin, ihr vertraue ich voll. [...] Und ich weiß, dass sie dann immer für mich da ist. Das macht eine wirklich gute Freundschaft aus. Kunze: Ja, und dass man Tag und Nacht anrufen kann.“ (25/2005, S. 119)

Ehrlichkeit. Keine Angst haben, ausgenutzt zu werden. Zu jeder Tages- und Nachtzeit füreinander da zu sein. Vertrauen: „Schmid: [...] Sich alles sagen zu können, absolutes Vertrauen zu genießen – das macht uns beide aus.“ (5/2006, S. 128) Gleichberechtigung:

„Milberg: Heute sind mir gleichberechtigte Freundschaften besonders wichtig. [...] Sie sollten im besten Sinne frei und unabhängig sein – Voraussetzung ist allerdings, dass man sich vertraut. So ist das bei Claudi und mir.“ (10/2006, S. 162)

Verständnis. Miteinander reden zu können. Humor.

„Es gibt Dinge, bei denen man niemand anderen fragen kann. Bei Problemen mit Männern zum Beispiel. Und dann treffen wir uns, reden und reden.“ (2/2006, S. 90)

Und in keiner Situation eine Rolle spielen zu müssen:

„Karven: Kim kostet mich keine Kraft, sondern sie gibt mir Energie. Allein durch ihre Anwesenheit. Steeb: Ich finde nichts schrecklicher, als eine Bekannte zu Besuch zu haben, bei der ich Programm machen muss. [...] Unser Leben geht ganz harmonisch weiter, wenn wir uns gegenseitig besuchen.“ (6/2006, S. 132)

Und – auch das zieht sich durch die Texte – egal, wie ernst die Probleme sind, mit der besten Freundin darf man darüber lachen. Vielleicht, weil sie ohnehin als die Person dargestellt wird, die wisse, wie wir uns fühlen. Oder aber, weil sie die Person ist, gegenüber der sich die Verschlussene am ehesten öffnen könne:

„Anna ist die erste Busenfreundin in meinem Leben. Ich hatte vorher immer einen Liebsten, mit dem ich extrem viel Zeit verbracht habe. Und ich kannte zwar tolle Frauen, aber die hätte ich nie um Hilfe gebeten. Was eine Freundschaft auszeichnet, habe ich erst jetzt gelernt: Dass ich selbst auch Schwäche zeigen muss.“ (8/2006, S. 156)

Wenn die Friendimonials die Erfolgsgeheimnisse ihrer Freundschaft verraten, handelt es sich dabei – im Unterschied zu den bereits angesprochenen moralischen Werten – um ausdrückliche Handlungsanweisungen. In der Differenz zu stereotypen Verallgemeinerungen von vorgeblich weiblichem Verhalten in Beziehungen – Frauen klammerten, forderten, erdrückten den Partner; und wenn es zu Konflikten komme, schluckten sie den Frust hinunter, anstatt konstruktiv zu diskutieren –, heben sich die Friendimonials heraus und benutzen diese Position, um eine andere Ideallinie zu skizzieren. So lesen die Rezipientinnen beispielsweise darüber, wie fruchtbar es für eine Freundschaft sein könne, sich gegenseitig Freiheiten zu lassen: „Wir können uns immer wieder überraschen! Denn wir hocken nicht aufeinander. Und so entdecken wir immer Neues am anderen!“ (2/2006, S. 90) Als größten Beziehungsfehler nennt ein anderes Friendimonia:

„Zu versuchen, Zuneigung an Bedingungen zu knüpfen. Genauso wie in der Liebe ist auch in Freundschaften Aufmerksamkeit ein Geschenk: Klagt man sie ein, ist sie weniger wertvoll.“ (24/2005, S. 122)

Die Leserinnen werden aufgefordert, Aufmerksamkeit zu verschenken und anzunehmen, sie aber nicht händeringend einzufordern. Betont wird, dass sich *ideale* Freundinnen Freiheit

geben könnten, sie klammerten nicht und forderten nicht mehr, als sie ohnehin freiwillig bekämen:

„Rindje-Münster: Wahre Freundschaft bedeutet: offene Arme, immer. Freunde machen keine Vorwürfe, fragen nicht: ‚Warum rufst du nie an?‘ Loos-Liefers: Eine gute Freundin ist jemand, der mir auch mal die Seele streichelt.“ (26/2005, S. 125)

Denn, so Esther Schweins, „Freundschaft funktioniert nur, wenn man sich gegenseitig respektiert.“ (1/2006, S. 156) Und zwar auch in Konfliktsituationen.

„Schöneberger: Ich hätte mir früher nie vorstellen können, mich mit einer Freundin zu zoffen. Aber mit Anna habe ich gelernt, dass eine Freundschaft daran wachsen kann. Das hat mich sicherer gemacht. Ich fühle mich, als hätte ich im Lotto gewonnen. Hauptgewinn: eine echte Freundin.“ (8/2006, S. 156)

Durch die Vorbildwirkung der Friendimonials wird den Leserinnen vermittelt, dass starke Frauen zu ihren Gefühlen stehen müssten. Ja, sie hätten auch selbst damit Schwierigkeiten, aber sie hätten gelernt, welche positive Wirkung konstruktives Streiten hätte. Dieses Verhalten würde nämlich genau zu dem führen, wonach sich streitscheue Menschen so sehr sehnen: Sicherheit. Selbst wenn in den Interviews hauptsächlich davon gesprochen wird, dass die Freundschaften der Friendimonials kaum oder nie eines Streites bedürfen, wird im Zweifelsfall dennoch für Ehrlichkeit – und zwar auch auf Gefühlsebene – plädiert: „Claudia Michelsen: [...], bei uns ist jede mal leise, mal laut, traurig und heiter, schwach und stark. Eben das, was man bei Freundinnen sein kann.“ (10/2006, S. 161)

Ein Unterschied zur MännerFreundschaft?

Obwohl sich *unter freundinnen* ausschließlich um FrauenFreundschaften kümmert, werden an einigen Punkten MännerFreundschaften angesprochen. An dieser Stelle soll kurz darauf eingegangen werden, welche Unterschiede dabei zur Sprache kommen.

„Zampounidis: Mit meinen Jungs gehe ich feiern, Sport machen, ins Kino. Aber Männer ticken einfach anders. Sie verstehen zum Beispiel nicht, dass wir Frauen unsere Meinung plötzlich ändern, nur weil unser Bauchgefühl das verlangt. Deshalb braucht man Freundinnen.“ (5/2006, S. 128)

Männliche Freunde werden gebraucht. Mit ihnen verbindet dieses Friendimonial Aktivität. Doch der sechste Sinn, das bedingungslose Verstehen unter Freundinnen, wäre in derartigen gemischten Freundschaften nicht vorhanden. Der größte Unterschied, zwischen Männer- und FrauenFreundschaften sei auf Kommunikationsebene zu finden. Nicht nur der sechste Sinn wäre bei den Männern nicht so ausgeprägt, nein, auch das Gespräch hätte einen anderen Stellenwert.

„Loos-Liefers: Männer pflegen Freundschaften anders. Männer sehen sich lange nicht, dann gehen sie ein Bier trinken. Frauen sind da intensiver. Wenn ich etwas Besonderes erlebt habe, dann rufe ich Irene an – und will das teilen.“ (26/2005, S. 126)

Hier wird die MännerFreundschaft als oberflächlicher gewertet. Frauen würden eine engere Beziehung zueinander eingehen. Frauen teilten sich mit, Männer tranken ein Bier. Freundschaftsstereotype, kulturell sozialisierte Freundschaftsbilder. Immer wieder trifft man im Forschungsprozess auf derartige Phänomene. Vereinfachungen geben dem Individuum die Möglichkeit sich in einer (allzu) komplexen Welt zurechtzufinden. Die Problematik wird jedoch sichtbar, wenn dieser als Vereinfachung gedachter Mechanismus zu einer eigenständigen Ungewissheit wird:

„Kampf: Ich denke eher, dass wir auf eine männliche Art befreundet sind. Viele Frauen fühlen sich einander nur dann nah, wenn sie sich jedes noch so kleine Detail erzählen. Tina und ich teilen auch gern stille Momente, ohne gleich zu denken, dass wir uns nichts zu sagen hätten.

Bordihn: Außerdem machen wir beide gern unser eigenes Ding. Gemeinsames Shoppen finden wir z.B. gruselig.“ (24/2005, S. 122)

Die Trennbarkeit von Männer- und FrauenFreundschaft wird zumindest in diesem Fall in Frage gestellt, es schimmert – in der sonst streng schematisch angelegten Freundin – eine Unbestimmtheit hindurch: Können Frauen wie Männer befreundet sein? Oder ist es automatisch eine FrauenFreundschaft, wenn Frauen befreundet sind? Ist eine FrauenFreundschaft nur dann eine solche, wenn die Freundinnen über alles reden und gemeinsam Einkaufen gehen? Sind Frauen, die gern ihr „eigenes Ding“ machen, weniger weiblich? Diese Fragen weisen auf eine Schwierigkeit hin, die mit der Dualisierung der Geschlechter in der Freundschaftsfrage einhergeht.

„Gestritten haben wir uns noch nie“ (22/2005, S. 136)

In ihrer Position als Vertreterinnen von *idealer* Freundschaft wird von den Friendimonials das Thema Konflikte nicht ausgeklammert.

„Also kracht’s auch mal zwischen Ihnen? Karven: Wir hatten auch Streitereien. Einmal haben wir ein halbes Jahr nicht miteinander gesprochen. Das ist aber schon ewig her und war für uns beide grässlich.“ (6/2006, S. 132)

Der Umgang mit dem Thema Konflikte läuft idealtypisch allerdings so ab, dass es erstens kaum Streitereien gibt, und zweitens: wenn diese schon zugegeben werden, dann werden sie als unbedeutend oder ewig zurückliegend abgewertet. Das Motto scheint sich an einem Freundschaftsratgeber zu orientieren, wo es heißt: „Frauen streiten mit ihrem Mann, Freund oder Liebhaber, bis die Fetzen fliegen. Mit der Freundin nicht.“¹

Egal wie, der Eindruck, dass es sich bei den Friendimonials um unzertrennliche Wesen handelt, soll bestehen bleiben: „Streiten Sie sich eigentlich auch mal? Schäfer: Angenervt sind wir schon mal voneinander. Aber richtig streiten – das kommt eigentlich nicht vor [...]“ (21/2005, S. 132) und da sind sich die Promis ziemlich einig, wie ein weiteres Beispiel belegt:

¹ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 151.

„Ich kann mich an keinen richtigen Streit erinnern, das kommt bei uns kaum vor. Wo andere aufeinander losgehen, fallen wir uns heulend in die Arme.“ (1/2006, S. 156) Zusätzlich wird bei jeder Gelegenheit betont, wie gut man sich kenne: „Silke kennt mich ja auch so gut, dass sie weiß, dass ich bei Harald Schmidt eine bestimmte Rolle einnehme und das ein Teil von mir ist [...]“ (22/2005, S. 136). Dieses gegenseitige Vertrauen und Kennen wird – wie in diesem Fall – entweder direkt angesprochen oder lässt sich, wie im folgenden Beispiel, zwischen den Zeilen lesen. Dann nämlich, wenn die Frauen im gegenseitigen Schlagabtausch auf die jeweiligen ganz persönlichen Eigenheiten anspielen:

„[...] Anna Carlsson (*lacht wieder*): Kein Problem. Ich quatsche genauso viel. Ich möchte gar nicht wissen, was die Leute um uns herum denken, wenn wir zwei Schnabbelschnuten aufeinander treffen.

Barbara Schöneberger: Besonders wenn du Navigationssysteme nachäffst. [...] Kein Wunder, dass die Alte danach nicht mehr ganz dicht ist!

Carlsson: Danke. Das Kompliment kann ich zurückgeben. Wir ticken da ähnlich.“ (8/2006, S. 155)

„Typisch weiblich“ nämlich. Immerhin sei es, so Schilcher, ein Merkmal von FrauenFreundschaften, dass die Konzentration gerade auf die gemeinsamen Eigenschaften gelegt werde und Unterschiede als weniger bedeutsam heruntergespielt werden:

„Differenzen werden [in den dargestellten Mädchenfreundschaften] so weit es geht minimiert, Gemeinsamkeiten betont. Während sich die Jungen oft gerade durch die ‚Fremdheit‘ des Freundes angezogen fühlen, wollen die Mädchen Nähe und Intimität. [...] Dabei gilt: Öffnung und Intimität führen automatisch zu Freundschaft, ebenso wie das Aufnehmen von Freundschaft sehr schnell zu großer Vertrautheit führt.“¹

Dabei werden im Umfeld der Friendimomials kleine, ungefährliche Unterschiede geschickt als perfekte Ergänzung stilisiert:

„Kunze: Bei Klamotten haben wir den absolut gleichen Geschmack. Seitdem wir ein paar Mal fast das Gleiche an hatten, sprechen wir uns vor dem Ausgehen meistens ab. Sonst sind wir aber ziemlich verschieden und ergänzen uns einfach perfekt.“ (4/2006, S. 116)

Friendimomials leben vor, wie man aus Schwächen Stärken macht. Und zwar aus den Schwächen der Freundin. Zwar hat jede negative Eigenschaften zu nennen, gleichzeitig werden diese jedoch von der Freundin positiv konnotiert. Schließlich, so Huber und Rehling, sei die Freundin:

„[...] für eine Frau der Spiegel in dem Sinne, wie Oscar Wildes Metapher es andeutet: Sie ist dasselbe und gleichzeitig das andere. In ihr erkennt die Frau sich wieder – sie ist so wie sie selbst. Und doch ist sie anders, oder sagen wir besser: ähnlich, und da, wo sie nicht dasselbe ist, hat sie überwiegend reizvolle Eigenschaften.“²

Die prominenten Freundschaften wirken trotz aller propagierten Unterschiede so harmonisch, weil sie sich als ganze Menschen, mit ihren positiven und negativen Seiten, zu kennen – und

¹ Schilcher, Anita: Geschlechtsrollen, Familie, Freundschaft und Liebe, S. 211.

² Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 236.

sich trotzdem zu lieben scheinen. „Auch das eine Beruhigung, nichts vormachen zu müssen, weil es nichts vorzumachen gibt, weil da ein Mensch ist, der einen doch weitgehend kennt“¹, begründet Kast dieses Gefühl von inniger Verbindung.

Friendimonials verstehen es, objektiv betrachtete Schwächen der Freundin als subjektive Stärke darzustellen, auch deshalb, weil sie durch das Interview mit der Freundin identifiziert werden. Sie spiegeln sich in einander wider und können sich dadurch schon aus PR-Gründen nicht erlauben, eine nicht-ideale Freundin darzustellen. *Keiner kennt mich besser, als meine beste Freundin*. Kein Wunder, dass die Redaktionen dann gerne die Frage nach Ähnlichkeiten und Unterschieden stellen. Meist allerdings werfen die Antworten kein Konfliktpotenzial auf, stattdessen strotzen die Freundinnen vor gegenseitigem Respekt und Achtung.

„Ich habe zum Beispiel keine Ahnung, was Zahlen betrifft, und da ist sie einfach super. Wenn ich einen Rat in Anlage-Fragen brauche, dann wende ich mich immer an sie [gemeint ist Barbara Ensinger]“ (2/2006, S. 90)

und diese wiederum schätze an Anna Maria Kaufmann ihre Konsequenz und Disziplin. Als gute Freundinnen mag man sich einfach, so wie man ist. Im Ratgeber wird zu sozialer Kompetenz im Alltag festgehalten:

„Haben wir es geschafft, eine persönliche Beziehung zu jemandem herzustellen, und möchten wir diese Beziehung festigen, dürfen wir nicht vergessen, dem anderen zu zeigen, daß wir ihn unterstützen.“²

Diese Unterstützung geschehe, indem man den anderen vor Angriffen von außen in Schutz nehme; keine negativen Äußerungen über den anderen in der Öffentlichkeit mache; Erfolge und Misserfolge teile; der anderen zustimme.³ Was diese Ratschläge betrifft, verhalten sich die Friendimonials erwartungsgemäß vorbildlich. In der PR-wirksamen Selbstdarstellung sind Konflikte harmlos, auch wenn es um die Frage nach Konkurrenz und Eifersucht geht – schließlich zeigen sich die Friendimonials souverän im Umgang mit ihren Gefühlen:

„Als Barbara eine Zeit lang sehr viel Erfolg hatte und ich nicht, habe ich ihr gesagt, dass ich eifersüchtig bin. Sie hat total verständnisvoll reagiert. Ich glaube, dass es immer besser ist, Probleme ehrlich anzusprechen und zur Not auch einen Streit zu riskieren.“ (8/2006, S. 156)

Und machen sich über den Zickenkrieg bei anderen Frauen höchstens lustig:

„Die meisten Frauen wollen sich nicht eingestehen, dass man aufeinander neidisch sein kann, egal wie sehr man sich mag. Wir setzen uns mit diesen Gefühlen offen auseinander. Sandra, ich hasse dich für deinen Hintern! (*Beide lachen.*)“ (7/2006, S. 180)

Dahinter verbirgt sich eine offensichtliche Abgrenzungsstrategie zum gängigen Bild von Frauenbeziehungen, wo Solidarität und Streitkultur immer auch als problematisch argumentiert wird. Im folgenden Kapitel lohnt sich daher ein Blick auf die Welt abseits der

¹ Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 59.

² Jaumeandreu, Raimon Graja: Freundschaft, Liebe, Sympathie, S. 46.

³ Vgl. Ebd. S. 46f.

idealen Friendimonials und es stellt sich die Frage, was passiert, wenn diese sicheren Bilder von Freundschaft in Bedrängnis geraten. Denn während die Friendimonials als prominente Zeugen sich in potenziellen Krisensituationen sehr souverän darstellen, gilt es den Leserinnen diesen idealtypischen Umgang mit prekären Sachlagen erst zu lehren.

8. Von „Zicken-Theater“¹ und anderen Katastrophen

In einer Zeitschrift, in der sehr viel von Freundschaft die Rede ist, werden auch negative Aspekte ins Blickfeld gerückt. Diese ‚andere‘ Seite steht ab hier im Mittelpunkt, weil gerade auch in der Betrachtung der vorgestellten (potenziellen) Krisenzeiten deutlich wird, wo in der freundschaftlichen Perspektive die neuralgischen Punkte liegen. Dazu Rehberg:

„Wie bei den Rechtsnormen, aber auch bei ungeschriebenen Gebräuchen und Sitten, sind es auch hier die Verletzungen, ist es die Nichtbefolgung, durch welche die normative Struktur sichtbar wird.“²

Durch die Darstellung jener Situationen, die als negative Freundschaftsmomente, als gefährdend, als unangenehm beschrieben werden, wird gleichzeitig sichtbar gemacht, was Freundschaft idealerweise auszeichnet.

Im Unterschied zu den bisherigen Kapiteln bezieht sich dieses nur auf die redaktionellen Texte der Freundin. Als eine der wenigen grundlegenden Unterscheidungsmerkmale zwischen redaktionellem und Anzeigenteil kann festgestellt werden, dass typischerweise – darauf weist Mahmutovic hin – im Anzeigenkontext derartige *unfreundliche* Seiten komplett ausgeblendet sind:

„Bei der Aufmerksamkeitserregung werden, die von der Gesellschaft als positiv anerkannte [sic] Werte und Normen, kulturelle Muster und Bedürfnisse konsequent verwendet und alles was auf die Überzeugungskraft negativ wirken könnte, wird gezielt ausgeblendet.“³

So wie sich laut Di Falco Werbung mit der Abbildung des besseren Lebens beschäftigt⁴, arbeitet sie mit der Darstellung der besseren Freundschaft. Was im Umfeld der Werbung fehlt, ist im redaktionellen Teil aus dem Themenfeld *Krisen, Streit* und andere *Tragödien* großzügig vertreten. Die Wurzeln für freundschaftliche Dürreperioden werden zumeist in Verständigungsproblemen und Kommunikationsschwierigkeiten verortet. Krisen werden nicht als solche betrachtet, sondern als Chance zur Veränderung präsentiert. Fehler werden bei sich selbst gesucht: „Gelegenheiten zur ausgiebigen Selbstgeißelung bieten sich natürlich zahlreiche: ‚Wäre ich nicht so zickig gewesen, wäre es nicht zum Streit mit Marlies gekommen.‘“ (7/2006, S. 127)

Die Freundin will mit ihren Ratschlägen helfen, derartige Unebenmäßigkeiten im Freundschaftsalltag auszugleichen: Und wenn da vom „Zicken-Theater“ (14/2005, S. 3) die Rede ist, ist es kein weiter Weg, bis derartige Strategien zur Lösung von vermeintlich weiblichen Konflikten aus der stereotypen Männerwelt entlehnt werden:

¹ Vgl. Freundin 14/2005, S. 3: „Abschied vom Zicken-Theater. Was Frauen sich ganz schnell abgewöhnen sollten.“

² Rehberg, Karl-Siegbert: Institutionelle Ordnungen zwischen Ritual und Ritualisierung. In: Christoph Wulf und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals, S. 254.

³ Mahmutovic, Almina: Das Rollenbild vom Mann und Frau, S. 61.

⁴ Di Falco, Daniel: Wollen und Sollen der „Bilder vom besseren Leben“. In: Di Falco, Daniel u. a. (Hg.): Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt. Bern 2002, S. 23 – 27, hier S. 23.

„Kennen Sie Männer, die tagelang schmollen, nur weil ein Kumpel nicht anrief? [...] Eben! Echte Kerle schnauzen sich an und trinken wenig später zusammen ein Bier.“ (17/2005, S. 81)

Welche Krisen im freundschaftlichen Kontext aber als *frauenspezifische* Probleme wahrgenommen werden, gilt es in der Folge genauer zu betrachten.

8.1. Harmoniesucht

Viele Freundschaftsprobleme haben ihren Ursprung in kommunikativen Missverständnissen – so zeigt es die Freundin. Die ZuhörerIn verstehe nicht, was gemeint ist. Die Sprecherin sei unschlüssig, was sie mitteilen solle. Statt Konflikte anzusprechen, rede die Freundin um den heißen Brei herum:

„Obwohl oder gerade weil Frauenfreundschaften so intensiv, intim und emotional sind, ist der Umgang mit Konflikten oft ein heikles Thema. [...] Das führt manchmal dazu, dass unausgesprochene Ärgernisse so lange schwelen, bis es knallt. Rund 60 Prozent aller Frauen geben an, sich schon mal von einer Freundin getrennt zu haben.“ (22/2005, S. 119)

Konflikte werden so lange nicht auf den Tisch gelegt, bis die Verletzungen (zu) weit fortgeschritten seien.

„Die Angst, von einer der wichtigsten Vertrauenspersonen verlassen zu werden, wiegt meist schwerer als der Frust darüber, dass diese Frau einen immer wieder kritisiert oder man sich von ihr als Kummerkasten benutzt fühlt.“ (22/2005, S. 119)

Diese Situation wird in der Freundin als Missstand bewertet. Dementsprechend versucht sie mit wiederholten Appellen dieser Harmoniesucht entgegen zu wirken. Dabei wird die *ideale* Freundin als eine selbstbestimmte Person dargestellt, die unangenehme Situationen nicht erduldet, sondern sich diesen mit Bestimmtheit entgegenstellt: „Wenn Ihre Freundin also Mist gebaut hat, sagen Sie es ihr. Auch wenn das einen Streit nach sich zieht.“ (7/2006, S. 127) Das geht so weit, dass Angepasstheit konkret als langweilig bezeichnet wird:

„Dabei ist die Unfähigkeit, richtig wütend zu werden und das auch zu zeigen, nur eine übersteigerte Form von Eitelkeit. Man will dem Chef, dem Mann, den Kollegen, der Freundin, den Nachbarn, den Kindern gefallen – und wird deshalb gefällig. Gibt es etwas langweiligeres unter der Sonne?“ (17/2005, S. 9)

Statt Verschleierungstaktiken wird zu kompromissloser Offenheit aufgerufen: dann nämlich, wenn es um die Bewältigung von Situationen geht, die ansonsten das Ende einer Freundschaft bedeuten könnten.

„Die Warnung ‚Bis hierhin und nicht weiter!‘ ist eine nötige Schutzmaßnahme, um die Regeln unter Freunden zu definieren und künftig auch einzuhalten. Je eher man sie ausspricht, umso besser für alle. Unterdrückte Wut lässt den Kraftquell versiegen – offene Worte speisen frische Energien ein. Immer wieder neu.“ (17/2005, S. 82)

8.2. Vertrauensbruch/Loyalitätskonflikt

Die nächste Mine im freundschaftlichen Krisenfeld beschäftigt sich mit der Thematik des Vertrauensbruchs bzw. der Frage nach Loyalität. Man lügt nicht innerhalb einer Freundschaft, aber man lügt für Freundinnen und Freunde, heißt es da. Laut einer Freundin-Expertin würde vor allem in weniger nahen Beziehungen, also zwischen Kollegen oder Bekannten, geflunkert: „Je enger eine Freundschaft ist, desto weniger wird gelogen. Für Partnerschaften gilt das jedoch nicht. [...]“ (20/2005, S. 93) Darunter ist eine Umfrage abgedruckt, laut der 75 Prozent der befragten Frauen und 81 Prozent der Männer angaben, dass sie für echte Freunde lügen würden, „auch wenn sie ihren Partner betrügen“ (20/2005, S. 94).

Damit Offenheit nicht zu einer psychischen Katastrophe wird, gelte es aufmerksam zu prüfen, wem man welche Details offenbart: „[...] sehen Sie genau hin, wem Sie Ihr Herz öffnen, damit Ihre verletzlichen Seiten nicht ausgenutzt werden.“ (1/2006, S. 105) Dabei sei genau zu unterscheiden, wen man wie eng in seinen Freundschaftskreis eindringen lasse:

„Einem Kollegen sollten Sie privaten Kummer nur anvertrauen, wenn Sie ihn als Freund betrachten. [...] ‚Wenn Sie sich gegenseitig intime Dinge aus ihrem Privatleben erzählen und sich außerhalb der Arbeit treffen, können Sie ihr auch in Krisenzeiten vertrauen‘, sagt Dr. Mahena Stief. Eine Freundin wird Ihre Probleme für sich behalten, bei einer Kollegin können Sie da nicht hundertprozentig sicher sein.“ (6/2006, S. 116)

Im Zwiespalt steckt die Freundin mit ihren Ratschlägen zum Thema Loyalität. Denn es wird einerseits betont, dass man sich gegenüber Freundinnen loyal zu verhalten habe, dass zum Beispiel das Ausplaudern eines Geheimnisses zu Recht Streit nach sich ziehe. Auf der anderen Seite, wenn es um die Frage geht: „Streitfall: Soll man zu Freunden immer ehrlich sein?“ (11/2005, S. 5), sei nicht hundertprozentige Ehrlichkeit erstrebenswert, sondern die freundliche Entscheidung, was man seinen Freundinnen wie mitteile. Verborgен sind diese Täuschungen unter dem Deckmantel des Wohlwollens:

„Eines vorweg: Ich belüge meine Freunde nicht! Aber ich meine, dass man nicht immer gnadenlos die Wahrheit heraustrompeten sollte, weil sie sehr verletzend sein kann. Und weil damit manchmal nichts gewonnen ist [...]“. (11/2005, S. 112)

Einige Ausgaben später sind Ratschläge zum ‚einwandfreien‘ Lügen zu finden, denn: „Kleine Unwahrheiten sind wertvoller als ihr Ruf. Lesen Sie, warum gekonntes Flunkern so wichtig ist und wie Sie zur Schwindelmeisterin werden.“ (20/2005, S. 92) Die Wortwahl gibt an, dass es sich um keine ‚schlimmen‘ Lügen handle, vielmehr um ein Schwindeln, Flunkern, um *kleine* Unwahrheiten. Angeboten werden unter anderem die „fünf Lügenklassiker“ (20/2005, S. 95): Notlüge, Diplomatielüge, Imagelüge, Loyalitätslüge und Schadensbegrenzungslüge. Fünf mal kleine Unwahrheiten, die soziale Kontakte stärken würden anstatt sie zu schwächen. So diene beispielsweise die Lüge zur Schadensbegrenzung der Deeskalation:

„Sie haben gerade Ihrer Freundin gestanden, dass Sie sich in ihren Exfreund verliebt haben, und sie ist völlig aus dem Häuschen. Die Frage ‚Als es zwischen euch gefunkt hat – waren wir da noch zusammen?‘ könnten sie wahrheitsgemäß beantworten. Sollten Sie aber nicht.“ (20/2005, S. 95)

Auch eine – als sicher eingestufte – Strategie zum Lügen wird der lernwilligen Leserin vermittelt:

„Am überzeugendsten lügt es sich, wenn in dem Gesagten ein Fünkchen Wahrheit steckt. Sie wollen zum Beispiel Ihrer Freundin sagen, dass Sie nicht ihre Trauzeugin sein können. Den wahren Grund (Sie glauben nicht an die Haltbarkeit dieses speziellen Ehegelübdes [...]) wollen Sie ihr aber verschweigen. Sagen Sie Ihrer Freundin, dass Sie ein Problem damit haben, weil Sie zwar Mitglied der Kirche, aber nicht im eigentlichen Sinn gläubig sind. Dann sind Sie fast bei der Wahrheit.“ (20/2005, S. 95)

Die Lüge wird als eine soziale Kompetenz dargestellt, die für den Erhalt von Beziehungen notwendigerweise anzuwenden ist. Eine Ansicht, die dem antiken Freundschaftsideal entgegensteht:

„Es ist also keine Entschuldigung für ein Vergehen, wenn man es eines Freundes wegen begangen hat. Denn da der Glaube an die Rechtschaffenheit des anderen die Freundschaft vermittelte, kann eine Freundschaft schwerlich fortbestehen, wenn man der Rechtschaffenheit untreu wird.“¹

Während Cicero für Rechtschaffenheit plädiert, koste es was es wolle, denn nur so sei der Freund vertrauenswürdig, ist im modernen Kontext Flexibilität angesagt. Die gezielte Verfolgung von Harmonie wird als soziale Kompetenz, als erfolgsversprechender Weg, dargestellt. An sich ein Tabuthema im freundschaftlichen Kontext, wird die NOTlüge in der freundschaftlichen nicht nur erlaubt, sondern quasi gefordert, sobald dadurch einer Freundschaft wohlgetan werden kann. Diese flexible Differenzierung im weiblichen Krisenablauf geht konform mit Nunner-Winklers Beschreibung von „weiblicher“ Moralauffassung:

„Mehrere Momente sind zentral für die ‚weibliche‘ [...] Moralauffassung: Fürsorge, d.h. eine Fokussierung auf Bindung und daraus erwachsende Verantwortlichkeiten für andere [...]; Mitgefühl, d.h. die einfühlsame Bereitschaft, die Bedürfnisse Anderer wahrzunehmen und auf sie einzugehen [...]; Flexibilität, d.h. die Bereitschaft, mit Blick auf das Wohl konkreter Anderer Ausnahmen von Regeln zu machen [...].“²

8.3. Konkurrenzkampf

Neben dem Faktor Ehrlichkeit gibt es in FrauenFreundschaften ein weiteres Problemfeld, das als dominant präsentiert wird: Konkurrenz und Neid.

¹ Cicero: Freundschaft und Wohlwollen. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 55-66, hier S. 65.

² Nunner-Winkler, Gertrud: Weibliche Moral: Geschlechterdifferenzen im Moralverständnis. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung, S. 79.

„Der Neid. [...] Eine Todsünde [...]. Niemand ist vor ihr gefeit. Auch ich nicht. Wenn Sara aufkreuzt in ihren engen Jeans und den hohen schwarzen Stiefeln, rank und schlank wie ein Spargel, möchte ich ihr, mit Blick auf meinen eher birnenförmigen Körperbau, am liebsten die Tür vor der Nase zuknallen...“ (9/2006, S. 113)

Die Redakteurin zeigt sich vor negativen Neid-Gefühlen gegenüber ihren Freundinnen nicht sicher. Doch: Neid gegenüber der Freundin solle nicht als Krise, sondern als Chance verstanden werden, so die Freundin weiter. Ihre Ratschläge weisen die Leserin zurecht, den Neid als Ansporn zu verstehen. Dass das Problem nicht darin liege, dass man tatsächlich das Leben der Freundin haben möchte, sondern dass man mit Aspekten des eigenen Lebens nicht zufrieden sei. (Vgl. 9/2006, S. 113-117)

Könnte man das Neidgefühl jedoch nicht unter Kontrolle bringen, so besteht die Gefahr, dass man sich von einer Freundin zu einem „Frenemy“ (19/2005, S. 84) entwickle: „Halb Freundin, halb Rivalin, sticht sie wie sonst keiner.“ (19/2005, S. 84) Ihr Ziel: Andere aus dem Rennen zu werfen. Ihr Waffe: Freundlichkeit. Ihr Fehler: Sie wolle in der Hierarchie ganz nach oben, behandle ihre Freunde nicht gleichwertig, sondern versuche sie (verbal) zu übertrumpfen. (19/2005, S. 84-86)

„Hahnenkämpfe nennt man das offensichtliche Konkurrenzverhalten bei Männern. Frauen lehnen dieses Dominanzgehabe [...] ab, offiziell jedenfalls. [...] [Weil Rivalitätsgefühle] als unsolidarisch und unweiblich gelten, führen Frauen ihre Konkurrenzkämpfe im Verborgenen [...]“. (19/2005, S. 85)

Das passiert zum Beispiel über Kritik, die als Lob getarnt wird, oder indem die falsche Freundin ihrem Gegenüber das Gefühl gibt, minderwertig zu sein:

„Das kann eine gute Bekannte sein, die auf jeder Party von ihrem ach-so-aufregenden Leben erzählt. Die Kollegin, die stets betont, wie gut sie selbst mit dem Chef auskommt. Oder auch eine alte Freundin, die ständig spitze Bemerkungen über Ihre Figur und ihre ‚ausgefallenen‘ Outfits macht.“ (19/2005, S. 84)

Das Problem an dieser versteckten Konkurrenz:

„Viele Frenemy-Beziehungen können gar nicht so einfach beendet werden. Wie will man etwa der Kollegin, der Freundin einer guten Freundin oder der Neuen des Ex die ‚Freundschaft‘ kündigen, ohne sich selbst zu schaden?“ (19/2005, S. 85)

Statt dessen raten die Freundin-Experten, die Beziehung entspannt zu sehen und nur dann offen auf die Konkurrentin zuzugehen, wenn es sich beim Frenemy um eine enge Bekannte oder Kollegin handelt, mit der man häufig zu tun hat. Ähnlich wie bei den Neidgefühlen wird darauf hingewiesen, dass man nur mit jenen Menschen konkurriere, „die einem wichtig sind. Und um Eigenschaften oder Dinge, die man auch will.“ (19/2005, S. 85)

Neben dem Tatbestand Neid, wird im Kontext von FrauenFreundschaften die Frage nach der Anzahl der Freundinnen zu einem wesentlichen Konkurrenzfaktor stilisiert.

„Bei dir war gestern ja ewig besetzt‘ (Ich gestehe! Ich habe mit Susi telefoniert),
„Ist d i e auch da?“ (Nein, weil mir mit euch beiden in einem Raum sofort die Nackenhaare gefrieren) – wenn zwei Freundinnen sich streiten, leidet die dritte.“
(22/2005, S. 120)

Das Motto lautet: Duo statt Trio. Auch bei Scheibenreif, die in ihrer Dissertation feststellt, dass Frauen es als belastend erleben würden, „sich um die Gunst der im Mittelpunkt Stehenden zu bemühen oder auch ständig versuchen zu müssen, nicht ‚die Dritte‘ zu sein.“¹ Argumentiert wird dieses Verhalten in der wissenschaftlichen Literatur, unter anderem bei Schilcher, damit, dass FrauenFreundschaften exklusiver gestaltet seien, als MännerFreundschaften. Statt dem gemeinsamen Abenteuer in der Gruppe werde die Kommunikation, ja sogar die Verschmelzung, mit der einen, meiner Freundin, in den Mittelpunkt gestellt.² Die Freundin schließt sich dieser Darstellung mit Nachdruck an.

8.4. Die Biografieschere

Neben den Krisen im ethisch-moralischen Kontext gibt es jene, die sich auf die Biografien der Freundinnen beziehen. Denn wenn sich die Lebenswege der Freundinnen trennen, werden die Bekannten- und Freundeskreise neu gemischt. Dabei führen, so die Freundin, Biografie-Krisen nicht automatisch zum Ende einer Freundschaft, aber sie würden diese zumindest auf die Probe stellen. Zum Beispiel im Bereich der beruflichen Veränderungen: „[...] ein toller Auslands-Job mit besten Konditionen. Aber alles aufgeben, Freunde, Familie, gewohntes Umfeld?“ (12/2005, S. 100) Ein Muster im „Doing Gender“: Die Entscheidung für Karriere oder für die Instandhaltung eines sozialen Netzes müssen im weiblichen Lebensentwurf gegeneinander aufgewogen oder, darauf weist Barbara Keddi hin, zumindest in eine chronologische Abfolge gebracht werden.³

Das Doppelpack-Dilemma

Biografisch betrachtet sind Freundschaften grundsätzlich dann als gefährdet beschrieben, wenn die Ähnlichkeiten im Lebensstil auseinanderdriften. Je einschneidender das trennende Element ist, desto mehr Toleranz wird von den Freundinnen gefordert. Beispielsweise als: „Terror der Turteltauben“ (16/2005, S. 92), also dann, wenn die FrauenFreundschaft wegen

¹ Scheibenreif, Claudia: Freundinnen, S. 167.

² Vgl. u. a. Schilcher, Anita: Geschlechtsrollen, Familie, Freundschaft und Liebe, S. 204.

³ Vgl. Keddi, Barbara: Junge Frauen: Vom doppelten Lebensentwurf zum biografischen Projekt. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 378-383.

einem Mann durcheinander gewirbelt wird. Ein Phänomen, das die sozial normierte Hierarchie zwischen Freundschaft und Partnerschaft deutlich werden lässt.¹

„Denjenigen, die in einem sehr jungen Lebensalter Freundschaftsverhältnisse suchen, widerfährt es nicht selten, daß die Freundschaft ganz und gar verbleicht, wenn die Liebe anhebt, sich geltend zu machen. Sie finden, die Freundschaft sei eine recht unvollkommene Lebensform, brechen die früheren Verhältnisse ab und sammeln ihre ganze Seele ausschließlich auf die Ehe [sic!].“²

Argumentiert Kirkegaard noch gender-neutral, wird heute die Beziehung als Gefahr für die Freundschaft vorwiegend als frauenspezifisches Problem behandelt:

„[...] denn immerhin wissen wir, daß die Beziehungen zur besten Freundin in der Regel immer dann, wenn eine Männerbeziehung ansteht, in Gefahr ist, in den Hintergrund zu treten.“³

Nach Kast handelt es sich bei diesem Vorgang also um ein gängiges Wissen. Kommen die Männer ins Spiel, wird die Freundin den Rückzug antreten, das erwähnen auch Huber und Rehling:

„Die Trennung scheint vorprogrammiert: Irgendwann kippt das Verhältnis um. Hat eine von beiden erst einmal einen Jungen oder Mann gefunden, den sie festhalten will, verändert sich ihr Verhältnis zur Freundin schlagartig [...]. Und mit größter Selbstverständlichkeit verbringt die junge Frau ihre Zeit jetzt vor allem mit ihrem neuen Freund, immer weniger unternimmt sie mit der Freundin. Schweigend, ohne jede Erklärung, demonstriert sie der anderen, daß diese nicht mehr wichtig ist für sie.“⁴

Schweigend würde von den beteiligten Personen dieser Vorgang akzeptiert. Denn die Botschaft sei eindeutig:

„Du bist für mich die wichtigste Person, emotional und zum Reden. Und du bist im Vergleich zu meinem männlichen Partner nebensächlich.“ Diese Botschaft wird unter Frauen weiterhin ausgetauscht; sie ist und bleibt ein wesentliches Merkmal von (heterosexuellen) Frauenfreundschaften.“⁵

In der Freundin ist die Behandlung des Problems ein zweiseitiges Schwert. Denn einerseits wird das Verhalten der verliebten Freundin (also die Zuwendung zum männlichen Partner) als Norm dargestellt und damit als grundsätzlich nicht kritisierbar abgehandelt. Andererseits wird dieser hierarchisch gewerteten Aufteilung von (Frei-)Zeitressourcen jedenfalls ein Platz als potenzielle Konfliktsituation eingeräumt.

„In kaum einer Situation kommen Frauen-Duos so leicht aus dem Takt, wie wenn eine von beiden sich verliebt. Vor allem, wenn die andere gerade solo ist.“ (26/2005, S. 105)

¹ Der Mann kommt also vor der Freundin, so wird erzählt. Siehe auch Kapitel *Friendimoniales – Die sicheren Bilder in Texten. Die beste Freundin und die Familie*. Hier wird die Freundin mit oberster Priorität präsentiert.

² Kirkegaard, Sören: Freundschaft und das Ethische. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft, S. 139 f.

³ Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 23.

⁴ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 130.

⁵ Ebd. S. 137.

„Trotz der Innigkeit von Frauenfreundschaften ist [...] bekannt, dass die meisten Frauen doch ihrer Partnerschaft den Vorrang geben.“ (22/2005, S. 120)

Die Folge: Die Single-Freundin fühlt sich vernachlässigt, weil sie erst dran ist, wenn *er* keine Zeit hat. „Ich leide, denn meine Freundin Anna ist verliebt“ (16/2005, S. 92) Der Rat der Freundin: „Also durchhalten. Oder sich selbst neu verknallen. Das macht auch gegenüber verknallten Freundinnen wunderbar ignorant.“ (16/2005, S. 92)

Ist es jedoch umgekehrt und Partner und Freundin verstehen sich prächtig, wird Eifersucht ins Spiel gebracht.

„Und es ist schwer zu sagen, was die Freundschaft mehr herausfordert: wenn die Single-Freundin und der neue Mann sich nicht leiden können – oder wenn sie sich ein bisschen zu sehr mögen.“ (26/2005, S. 105)

Die Bandbreite der Möglichkeiten ist groß: vom neuen besten – weil harmlosen – Freund bis hin zu einem „Dreiecks-Techtelmechtel“ (26/2005, S. 105) sei jede Konstellation denkbar. Auch zwischen den Freundinnen: Je nach Situation könne die neue Liebe einer Freundin zum perfekten Freundschaftsglück oder zum Ende der FrauenFreundschaft mutieren. Dabei handelt es sich bei den vorgestellten Situationen in der Freundin um jene, die Georg und Woratz als „die immer gleichen Geschichten“¹ bezeichnen

„[...] entweder die beste Freundin und der Mann mögen sich nicht, oder sie mögen sich zu sehr. Der Mann übernimmt die Freundinnen seiner Freundin oder er will sie von ihnen wegbringen. Und die frisch verliebte Freundin, die plötzlich nur mehr für ihren Partner Zeit hat, tritt auch auf.“²

Während allerdings in der Literatur allgemein die Hochzeit als nächste potenzielle Gefahr für die Freundschaft zwischen Frauen diskutiert wird, beispielsweise bei Scheibenreif:

„So erfährt die Frauenbeziehung oft eine Änderung – wenn sie nicht überhaupt abgebrochen wird – sobald eine der beiden eine ‚ernsthafte‘ Heterobeziehung eingeht (heiratet)“³,

wird dieses Thema in der Freundin nicht als Konfliktsituation verstanden. Im Gegenteil, statt die Hochzeit zu einer Krise zu stilisieren, wird an mehreren Stellen betont, welche wichtige Rolle die Freundinnen an diesem Tag übernehmen würden.⁴ Warum dies so ist? Eine mögliche Antwort mag damit zu tun haben, dass das traditionelle Modell der weißen Hochzeit als Kleinmädchentraum ins Erwachsenenalter mitgenommen wird. Egal, ob ein Märchenprinz auftaucht oder nicht. Sich gegen das romantische Hochzeitsmotiv zu stellen bzw. dieses Bild aus der Zeitschrift zu verbannen, würde vermutlich zu weit von einem konservativen Ideal, von dem, was jede Frau irgendwann anzustreben habe, wegführen.

¹ Vgl. Georg, Martina und Christine Woratz: *Freundinnen unter sich*, S. 193-214.

² Vgl. Ebd. S. 193-214.

³ Scheibenreif, Claudia: *Freundinnen*, S. 48f.

⁴ Siehe auch: Kapitel *Die Blattlinie – Freundin im Jahreslauf*.

Gluckenalarm

Neben der Liebe zu Männern, wird das Thema Kinder als zweiter biografischer Krisenfaktor für FrauenFreundschaften behandelt. Kast stellt fest:

„Auch wenn ein ganz anderer Lebensentwurf Wirklichkeit wird, haben diese Freundschaften die Tendenz, sich abzukühlen, wenn die eine etwa Kinder bekommt, die andere aber keine will.“¹

Dabei sei die Entscheidung für Kinder und gegen Freundschaft ein Problem der Moderne, finden Georg und Woratz:

„Früher bekamen die meisten Frauen ihre Kinder im selben Alter und standen deshalb als Freundinnen auch in der gleichen Lebensphase, hatten zur selben Zeit die gleichen Probleme. Heute ist Kinderhaben zwischen siebzehn und fünfundvierzig möglich.“²

Auch in der Freundin wird der Fall problematisiert, wenn eine der beiden Freundinnen ein Kind bekomme und die enge Vertraute sich plötzlich zurückziehe:

„Aber was ist, wenn die einstige Seelenverwandte einen nicht mehr versteht oder verstehen will, wochenlang auf ihrer eigenen emotionalen Großbaustelle verschollen ist oder außer Babyschwimmen und Stillzeiten alle Gesprächsthemen vom Tagesplan gestrichen wurden?“ (22/2005, S. 119)

Doch, so der Gegenentwurf, früher oder später würden sich die Freundinnen allesamt wieder als Mütter treffen und sich – wie einst – gegenseitig mit Rat und Tat zur Seite stehen:

„Ich jedenfalls treffe mich am liebsten – ganz normal – samt Kind und Kegel mit meinen Freundinnen. Die Kleinen toben durch die Sandkiste, die Männer bolzen, und ich plaudere bei Kaffee und Kuchen mit den Mädels. Für manche mag das spießig sein – für mich meine schönste Sonntagnachmittag-Idylle.“ (21/2005, S. 3)

8.5. „Schatz, wir müssen reden“ (22/2005, S. 122) - Abschied vom Zicken-Theater

Die Stimmung ist eindeutig: Alles wird gut! Krisen können freundschaftlich umschifft werden. So bleibt deutlich, dass trotz aller Höhen und Tiefen die Freundinnen fürs Leben das Idealbild bleiben. Nicht die schnell auswechselbaren Kurzbekanntschaften werden hervorgehoben, sondern die Menschen, die einem jahrelang und trotz aller Entwicklungen treu zur Seite gestanden sind:

„Meine engsten Freunde habe ich kennen gelernt, als ich mit 19 nach München kam. [...] Wir waren alle hungrig aufs Leben, alle voller Erwartungen und alle ein bisschen verrückt. [...] 16 Jahre später sind wir immer noch zusammen. Wir sind alle ein bisschen ruhiger, alle ein bisschen etablierter. Neue Gesichter sind dazugekommen und ein paar fehlen. Wir haben geheiratet und Kinder bekommen, sind nicht mehr nur Freunde, sondern auch Trauzeugen und Paten. Die Rollen erweitern sich, die Horizonte auch. Wir teilen eine Nähe, Offenheit und Vertrautheit, die sicher macht.“ (26/2005, S. 3)

¹ Kast, Verena: Die beste Freundin, S. 23.

² Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 169.

Als Medium der Unterhaltung bietet die Freundin ihren Leserinnen als Expertinnen des Alltags Bilder vom unerreichbar Perfekten. Dazwischen sind immer wieder Negativbilder gestreut. Kleine, risikolose Annäherungen an das, was Hügel als „tägliche, kleine Katastrophe“¹ bezeichnet. Diese unterhalten, denn sie sind nicht gefährlich, passieren in ihrer eigenen Welt und machen „keine Aussage über die Welt außerhalb [...]“² der Zeitschrift. Hügel argumentiert am Beispiel eines Zirkusartisten, wie durch Unvollkommenheit Unterhaltung verstärkt, wenn nicht sogar erst ermöglicht wird.

„Erst an die Möglichkeiten des Mißlingens zu glauben begründet Unterhaltung. Andererseits gilt: Müßten wir vermuten, daß das Kunststück nicht gelingt, unterhielten wir uns auch nicht. Wir ärgerten uns über die Unprofessionalität des Artisten oder litten mit ihm mit.“³

In einer freundlichen Unterhaltung dominiert das Ideal. Andererseits müssen schon der Spannung wegen vorsichtige, harmlose Annäherungen an das Scheitern zugelassen sein. Zum Scheitern selbst wird es hingegen gar nicht erst kommen. Denn die Skizzen dessen, was in diesem Abschnitt unter *Zickenterror* zusammengefasst ist, mögen bei den Leserinnen zwar zu Schadenfreude führen, dürfen aber nicht als Gegenentwürfe zu einem Ideal missverstanden werden. Im Gegenteil. Die Art und Weise ihrer Produktion und Präsentation lässt die Freundschaften nicht zerbrechen.

„Nicht ohne meine Freundin. Sie gibt Ihnen das Gefühl, ein emotionales Zuhause gefunden zu haben. Doch wie in jeder Beziehung hängt auch in Frauenfreundschaften mal der Haussegen schief. Hier erfahren Sie, wie Sie und Ihre liebsten Seelenverwandten stürmische Zeiten ohne große Dramen überstehen“ (22/2005, S. 119).

Im Stil des Ratgeberjournalismus wird den Leserinnen erklärt, wie die Situation zum Besseren umgewendet werden kann. Ein bezeichnender Zugang zur weiblichen Leserschaft, an ihr läge es nämlich, Krisen zu meistern und Konflikte ordnungsgemäß auszutragen. Von diesem Geschlechterstereotyp spricht auch Eckes, wenn er feststellt:

„Die Forschung zu den Inhalten von Geschlechterstereotypen zeichnet seit Jahren ein klares Bild: Merkmale, die häufiger mit Frauen als mit Männern in Verbindung gebracht werden, lassen sich in den Konzepten Wärme oder Expressivität (auch: [...] Gemeinschaftsorientierung [...]) bündeln“⁴,

während Männern die Rolle des kompetenten Selbstbehaupters zugeschrieben wird.⁵ Freundin-Sein heißt Mitgefühl zu zeigen, sich aufopfernd zu kümmern und das Wohl der Freundin an prominenter Stelle zu setzen.

¹ Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, S. 119.

² Ebd. S. 134.

³ Ebd. S. 127.

⁴ Eckes, Thomas: Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung, S. 166.

⁵ Vgl. Ebd. S. 166f.

Egal, um welchen freundschaftlichen Notfall es sich handelt, in der Freundin wird die Krise als Chance begriffen. Den Leserinnen wird vermittelt, dass sie keine Notlage passiv erdulden müssten, sondern aktiv etwas machen könnten. Die Methoden zur Krisenbewältigung unterscheiden sich dabei wenig von geläufigen Taktiken aus Paarkonflikten: „Ähnlich wie in einer Liebesbeziehung sollte man auch in einer Frauenfreundschaft gelegentlich den mentalen Grenzschutz aktivieren“ (22/2005, S. 119), erklärt die Freundin. Mit dem Unterschied, dass man mit der besten Freundin, einfacher kommunizieren könne.

Als Hauptstrategie zur Deeskalation wird das (ehrliche) Gespräch propagiert. Mit gezielten Fragen solle man der Freundin die Situation klar machen. Um ernst genommen zu werden, müsse man versuchen, die Freundin mit ihren Ängsten und Sorgen zu verstehen und dabei die eigene Verletzlichkeit zeigen. Es sei wichtig, einen klaren Standpunkt einzunehmen, in Bezug auf Ehrlichkeit, Gleichheit und Fairness keinen Kompromiss einzugehen. „Wenn es noch eine Zukunft für diese Beziehung geben soll, müssen Sie gemeinsam Ursachenforschung betreiben.“ (22/2005, S. 122) Hilft das nicht, müsse man sich aus der Gefahrenzone zurückziehen. Sich mit anderen Freundinnen treffen, Eifersucht ignorieren, der Freundin Zeit geben, Fehler zu erkennen. (Vgl. 22/2005, S. 118-122)

„Vielleicht vergeht beim nächsten Streit dann weniger Zeit, bis Sie beide bei einem Versöhnungsbier sitzen und eine von Ihnen die berühmten Worte spricht: ‚Schatz, wir müssen reden.‘“ (22/2005, S. 122)

Am Ende wird in diesem Zitat auf die Ähnlichkeit von Beziehungskonflikten hingewiesen: Der – angeblich von Männern – gefürchtete Satz: „Wir müssen reden“ wird genützt, um auf abgespeicherte Konfliktlösungsschemata hinzuweisen. Beziehungsarbeit wird legitimiert. Das Krisenmanagement im freundschaftlichen Kontext wird dem in einer partnerschaftlichen Beziehung gleichgesetzt. Ein kumpelhaft männlicher Impuls wird über das „Versöhnungsbier“ ins Spiel gebracht. In der Szenerie Bier ist kein Platz für Zickenterror.¹ In Verbindung mit dem *weiblichen* Gesprächsanfang wird versucht, zwischen den Modellen eine Brücke zu schlagen, die mit ihrem ironischen Unterton am Ende diesem ernsten Thema eine spielerische Leichtigkeit zurückgibt. Denn, das gilt es nicht zu vergessen: Auch wenn die Freundin sich als Therapeutin an Verhaltensratschlägen übt, bleibt sie doch ein Unterhaltungsmedium, das nicht wirklich Probleme wälzen, sondern ein genussvolles Lesevergnügen bieten will.

¹ Siehe auch: Kapitel *Sichtbarkeit und Sinnlichkeit. 3. Szenario: Bier.*

9. „Wir lachen ständig über alles. Vor allem über uns“ (1/2006, S. 156)

Nach dem Konflikt kommt für Freundinnen also die verpflichtende Versöhnung, sie geht mit einem Lächeln, einem entspannten Blick einher. Doch auch in der übrigen freundschaftlichen Berichterstattung, funktioniert ohne ein Lachen wenig bis gar nichts – diesen Eindruck akzentuiert die Freundin. Egal wohin man als Leserin blickt, überall wird gelacht, gekichert und gespaßt. Daher wird am Schluss dieses Kapitels eine zusätzliche Darstellungsweise vorgestellt, nämlich das Lachen. Das Lachen, das als Grundstimmung für die Atmosphäre eben jener Bilder sorgt, die als Darstellungen von Bilderfreunden und Bilderfreundinnen untersucht worden sind. Anhand des Lachens wird noch einmal zusammengefasst, wie ein alltägliches Element zu einem Symbol für Freundschaft wird, wo sich Kontaktpunkte und Überschneidungen der verschiedenen Textgattungen ergeben und wie in dieser Parallelität der Quellen ein Sonderfall des FrauSeins konstruiert wird.

In der Rubrik *unter freundinnen* beispielsweise wird konsequent auf eine fröhlich Stimmung verwiesen. Die Interviews sind gespickt mit Situationsbeschreibungen wie: *lacht*, *Gelächter*, *Beide lachen*. Zusätzlich wird in einzelnen Einleitungssätzen das Lachen als freundliches Element hervorgehoben. Da heißt es beispielsweise:

„Erstaunlich, was ein großes rotes Kissen mit zwei erwachsenen Frauen anrichten kann: Anna Maria Kaufmann, 42, und Barbara Ensinger, 50, kichern und albern beim Fototermin herum, als wären sie gerade im Teenageralter.“ (2/2006, S. 89)

Oder: „Diese beiden lieben es, sich zu zoffen – aber nur im Film. Im richtigen Leben lachen sie lieber miteinander. Und das ziemlich viel.“ (25/2005, S. 119)

Aber nicht nur für Friendimonials wird das Lachen als wesentlicher Bestandteil einer funktionierenden Freundschaft eingeführt:

„Glück ist für mich, im Kreis meiner Freunde zu sitzen und endlos über einen Witz zu lachen, den außer uns niemand versteht – und der auch nicht mal besonders komisch ist.“ (1/2006, S. 5)

Das Lachen, das ein Zusammengehörigkeitsgefühl schafft, findet sich ebenso wie das Lachen als Basiselement freundschaftlicher Kommunikation: „Zusammen mit Freunden am Tisch sitzen und gleichzeitig brutzeln, essen, reden, lachen – mit Fondue oder Raclette zieht sich der Abend gemütlich in die Länge.“ (1/2006, S. 198) Auf Umwegen wird immer wieder auf das Lachen als freundschaftliche Grundstimmung verwiesen, beispielsweise indem sich eine Geschenksidee anbietet „[...] für die beste Freundin. wegen der vielen Lachfalten, die Sie ihr schon beschert haben.“ (26/2005, S. 207) Oder indem das Bild der geselligen Runden angesprochen wird:

„Die Shoppingtouren mit der besten Freundin und die lustigen Frauenrunden in der Pizzeria nebenan sind selten geworden. [...] Doch auch Frauen schadet es nicht, wenn sie öfter mal mit Freundinnen weggehen oder eigene Interessen pflegen.“ (1/2006, S. 102)

Dienen Lachen und Spaßhaben in der verbalisierten Form noch einer Unterstreichung des freundschaftlichen Grundtones, werden die lachenden Gesichter in der bildlichen Darstellung zu einem unausweichlichen Fixum. Denn über allen Darstellungsweisen schwebt das – fast schon krampfhaft – Lachen. Egal, was die Freundinnen tun, es wird gelacht. Das ist tatsächlich eine Darstellungsform, die auf den ersten Blick nicht bewusst auffällt. Konzentriert man sich jedoch in der Betrachtung auf Details, erscheint das Lachen als überbetontes Element, das verpflichtend wiederkehrt (Abb. 92-95).

Je mehr gelacht wird, desto ehrlicher wirken die Bilder. Vielleicht, weil zugunsten der Betonung von Emotionen auf ein ‚schönes‘ Gesicht verzichtet wird. In den Anzeigenbildern wird vorwiegend auf ein elegantes Lächeln zurückgegriffen, den Models werden weniger Zähne und ‚große‘ Lacher erlaubt. Der freundliche Charakter von Menschen, die scheinbar Spaß haben, bleibt bestehen. Bei den redaktionellen Bildern gibt es zwei Kategorien. Jene, bei denen es um das schöne Gesicht geht, beispielsweise im Modereport und jene, bei denen die Betonung des Lachens im Vordergrund steht. Hier ist vor allem auf die Bebilderung der Rubrik *unter freundinnen* zu verweisen.

Das Lachen ist nicht nur in der Freundin für die freundschaftliche Grundstimmung unter den Bilderfreundinnen zuständig. Die Parallelität, mit der diese Handlung als essentielle Voraussetzung für Freundschaft vorgestellt wird, wird in unterschiedlichen Bildern und Texten sichtbar. An dieser Stelle sollen drei erste Beispiele aus unterschiedlichen Quellen genügen, weitere folgen später bei der Frage nach dem ‚typisch weiblichen‘ Lachen. So dient beispielsweise das Spaßhaben in einem Artikel des deutschen Unterhaltungsmagazins Neon der Unterscheidung zwischen unterschiedlichen Freundschaftstypen:

„Die meisten Menschen haben einen Freund, mit dem sie Spaß haben, einen Freund, den sie schon so lange haben, dass sie nicht mehr wissen warum. Und einen Freund, der ihnen die unangenehmen Wahrheiten sagt.“¹

¹ Pfeifer, David: Bist du ein guter Freund? In: Neon, 02/07, 2007, S. 46-57, hier S. 52.



Abb. 92



Abb. 93

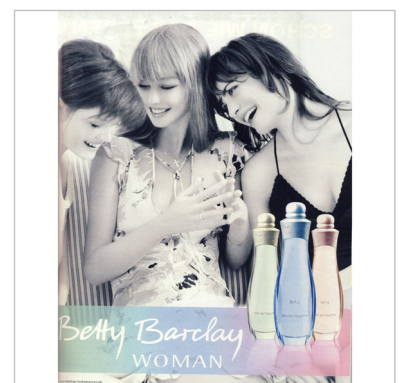


Abb. 94



Abb. 95

Bei Lemke hingegen, einem Zitat aus dem wissenschaftlichen Umfeld, wird das Lachen zu einem Nähe-stiftenden Element, das die Freunde so zusammentreffen lässt, wie sie *tatsächlich* sind:

„[...] Denn zu lachen tut an sich gut und lässt die Freunde ihre persönliche Nähe (im miteinander Reden) als ein Zusammensein erleben, bei dem sie so sein können, wie sie sind – als Lachende.“¹

Aus dem Bereich der Ratgeberliteratur sei hier auf Werz verwiesen, die in ihrem „Zicken-Kanon für alle Tage“² Tipps für jene Frauen gibt, die *endlich die richtigen* Freundinnen finden wollen. Neben anderen Hinweisen heißt es da unter Punkt sieben:

„Lachen kann der Beginn einer Veränderung sein. Lacht über das weibliche Paradox, dann kann es sich zeitweise in Luft auflösen. Sucht Frauen, mit denen ihr lachen und kichern könnt bis zum Abwinken, auch wenn es manchmal weh tut.“³

Auch wenn es in unterschiedlichen Kontexten auftritt, dem Element Lachen wird eine wesentliche Beteiligung an der freundschaftlichen Atmosphäre der Bilder und Textbilder zugeschrieben. Mit Böhme dürfen Atmosphären dabei als „räumliche Träger von Stimmungen“⁴ verstanden werden; welche Stimmungen mit dem Lachen in die freundschaftlichen Räume getragen sind, hängt damit zusammen, welche Funktionen dieser alltäglichen Geste zugeschrieben werden.

9.1. Wer lacht, hat Macht

Im Mittelalter, so Le Goff, galt das Lachen als Herrschaftsinstrument, als Attribut von Macht,⁵ der Lachende galt als der Überlegene. Le Goff weist in diesem Zusammenhang auf das Lachverbot in mittelalterlichen Klöstern hin. Wer lachte, verstieß gegen das Gebot der Demut. Das Lachen galt deshalb unter Mönchen als „schlimmste und unanständigste Form“⁶, das – als tugendhaft und fromm vorgeschriebene – Schweigen zu brechen.⁷ In seiner Betrachtung christlicher Bildtraditionen verweist demgemäß Schneider auf die Unterscheidung zwischen dem paradiesischen Lächeln als „verzücktes Grinsen der Seeligen [sic!]“⁸ und der „Fratze des Lachens“⁹ als Vorboten der Hölle.¹⁰ Vielleicht fürchtete man das Lachen tatsächlich als Werkzeug des Satans, vielleicht galt es – die mit dem Lachen verbundene – Machtbezeugung zu verhindern. Jedenfalls wurde dieser „genuin menschliche

¹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 176.

² Vgl. Werz, Sabine: Beste Freundin, beste Feindin. Ein Zickengesang auf die Frauenfreundschaft. München 1998, S. 271-274.

³ Ebd. S. 273.

⁴ Böhme, Gernot: Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik (= edition surkamp 1927, Neue Folge Bd. 927). Frankfurt am Main 1995, S. 29.

⁵ Vgl. Le Goff, Jaques: Das Lachen im Mittelalter. Stuttgart 2004, S. 21.

⁶ Ebd. S. 24.

⁷ Vgl. Ebd. S. 23-27.

⁸ Schneider, Rolf Michael: Nachwort. In: Le Goff, Jaques: Das Lachen im Mittelalter. Stuttgart 2004, S. 79-123, hier S. 108.

⁹ Ebd. S. 109.

¹⁰ Vgl. Ebd. S. 108f.

[...] Wesenszug“¹ dem „Bereich der niederen Beschäftigungen des Menschen“² zugewiesen und dergestalt in den privaten Bereich verbannt. Auch außerhalb der Klöster hatte man demnach das Lachen

„in Anwesenheit würdiger oder nicht zur Familie gehöriger Männer, an bestimmten Orten und unter bestimmten Umständen zu unterdrücken; für Frauen und Heranwachsende gar war es vollends unangebracht.“³

Diese Lehrmeinung hielt zumindest in der höheren Töchtererziehung bis zum Beginn des vorigen Jahrhunderts an⁴, so Kotthoff: „Die Frau sollte nicht ungehemmt herauslachen.“⁵ Sie weist auch darauf hin, dass in China ein Sprichwort heute noch besage, dass eine Frau beim Lachen nicht die Zähne zeigen solle.⁶

Diese historischen Implikationen – vom Lachen der Überlegenen – im Hinterkopf, beginnt nun die Suche nach dem dauernd lachenden Gesicht der Bilderfreundin, nach dem Ausdruck, der die Grundstimmung für alle bislang diskutierten Freundschaftschoreografien bildet.

Lachen steht für Kommunikation. In erster Linie gilt das Lachen als „anthropologischer Tatbestand, gehört zur Grundausrüstung menschlicher Äußerungsformen.“⁷ Eine Ausstattung, die schon Säuglingen zu Eigen sei, so Lempp:

„Das Lächeln des Säuglings [...] ist für uns ein überzeugender, ja ein zwingender Ausdruck der Zufriedenheit und weckt in uns eine Fülle positiver Gefühle von Freundlichkeit, Liebe, den Wunsch zu beschützen, Zärtlichkeit zu geben [...]“⁸

Dabei wird das Lächeln als positive Zuwendung empfunden, spricht von Vertrauen und stärkt das gegenseitige Kontaktverhalten zwischen Mutter oder Vater und Kind.⁹

„Ein lachendes Kind [...] macht deutlich, daß dieses Kind im Augenblick frei ist von Ängsten, Sorgen, daß seine Bedürfnisse im Augenblick zumindest befriedigt sind und daß es Vertrauen hat.“¹⁰

Lachen steht für Lust. „Lustvoll ist das Lachen etwa als hemmungslose Entladung einer Entspannung, als plötzliche Preisgabe der normativen Einheit Körper und Seele [...]“¹¹ Das fordert Vertrauen. Schließlich wird Lachen allgemein, das erklärt Lempp, nicht nur als

¹ Le Goff, Jacques: Das Lachen im Mittelalter, S. 48.

² Ebd. S. 49.

³ Ebd. S. 50.

⁴ Vgl. Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 192-210, hier S. 194.

⁵ Ebd. S. 194.

⁶ Vgl. Ebd. S. 194.

⁷ Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 9-23, hier S. 9.

⁸ Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 79-92, hier S. 79.

⁹ Vgl. Ebd. S. 81-83.

¹⁰ Ebd. S. 90.

¹¹ Schneider, Rolf Michael: Nachwort. In: Le Goff, Jacques: Das Lachen im Mittelalter, S. 96f.

unwillkürlich, also ehrlich, sondern vor allem als angenehm verstanden.¹ Die Komponente Lust zeichnet Schneider überdies anhand mehrerer Beispiele aus der antiken Mythenwelt nach. Lachen wird dort häufig mit einem sexuellen Faktor kombiniert, sei es um Konflikte zu entschärfen oder um die Protagonisten aus aussichtslosen Lagen zu befreien.² Er stellt fest: „In ihrer existenziellen Unmittelbarkeit sind Lachen und Sexualität die einzig wirksamen Mittel, elementare Krisen zu überwinden und neues Leben zu stiften.“³

Lachen steht für Entspannung. Lempp zitiert eine Studie, nach der „[...] durch herzhaftes Lachen das Stresshormon Adrenalin vermindert [werde], was zu einer vorübergehenden Entlastung des Herz-Kreislaufsystems führe“⁴. Bekannt ist hier das so genannte Entspannungs- oder Entlastungslachen, das als Reaktion auf eine gefühlte Bedrohung schon bei Kleinkindern ausgelöst wird.⁵ Aber auch Erwachsene nützen die entspannende Funktion des Lachens. Beispielsweise nach einem Schock auf ein Ereignis, das sich bei genauerer Betrachtung als doch nicht so schlimm herausstellt. Oder in Form der rituellen Heiterkeit bei einem Leichenschmaus, was von Bausinger nach einer Zeit der Trauer zur Entlastung „als ritualisierte Aufhebung des kollektiv gefühlten Drucks“⁶ verstanden wird.

Lachen steht für Kultur. Der Umgang mit Tod und Lachen ist gleichzeitig ein deutliches Beispiel dafür, dass das Lachen kulturell überformt ist, dass Emotionen kollektiv gesteuert werden.⁷ Denn: „[...] in welchen sozialen Zusammenhängen gelacht wird und welche kulturelle Bedeutung dem Lachen oder Lächeln zugemessen wird [...]“⁸ unterliegt, so der Kulturwissenschaftler weiter, der „sozialen, kollektiven Prägung in kulturellen Horizonten.“⁹ Le Goff zitiert den Anthropologen Radcliffe Brown, der unter anderem das Phänomen der „Verwandtschaft des Scherzens“¹⁰ beschrieben hat. Hierbei handle es sich um afrikanische Stämme, „[...] in denen sich bestimmte und durchaus wandlungsfähige [...] Verwandtschaftsbeziehungen in Scherzen und Späßen äußern“¹¹ müssten. Le Goff nennt als Beispiel das verwandtschaftliche Verhältnis von Schwiegersohn und Schwiegermutter, das durch die Ausübung ritueller Humorformen funktionsfähig gehalten werde.¹²

Lachen steht für Gemeinschaft. Das Lachen findet seinen Ursprung in einer aggressiven Drohgebärde, denn „das Fletschen der Zähne stand am Anfang des Lachens“¹³. Ähnlich wie

¹ Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 82.

² Schneider, Rolf Michael: Nachwort. In: Le Goff, Jacques: Das Lachen im Mittelalter, S. 96-101.

³ Ebd. S. 101.

⁴ Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 83.

⁵ Vgl. Ebd. S. 85.

⁶ Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 11.

⁷ Vgl. Ebd. S. 9f.

⁸ Ebd. S. 9f.

⁹ Ebd. S. 11.

¹⁰ Vgl. Le Goff, Jacques: Das Lachen im Mittelalter, S. 21.

¹¹ Ebd. S. 21.

¹² Vgl. Ebd. S. 21.

¹³ Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 9.

in der frühchristlichen Unterscheidung zwischen dem teuflischen Lachen und dem himmlischen Lächeln, entstammt aus diesem Zusammenhang bei Lempp die Interpretation, in der dem Lachen eine „draufgängerisch-freundlich aggressive Note“¹ zugesprochen wird, während das Lächeln „Ausdruck einer freundlichen Unterwürfigkeit“² sei und dem Gefühl der Verlegenheit nahe stehe.³ Kein Wunder, schließlich kann das gemeinsame Lachen einer Gruppe, für jene, die nicht mitlachen können, sehr verletzend sein. „Die dominierende Gruppe grenzt die Minderheit aus und schließt sich im gemeinsamen Lachen gegenüber dieser Minderheit als überlegene Gruppe zusammen.“⁴ Bausinger spricht in diesem Kontext von „*Stammesspott*“⁵.

Lachen schafft Nähe. Diese Möglichkeit des Ausgrenzens zeigt gleichzeitig, wie sehr „das gemeinsame Lachen der Gruppe ein diese verbindendes Signal“⁶ darstellt. Gemeinsam zu lachen gilt dann als Ausdruck von Entspannung, Lust und Liebe⁷ und kann gleich machen. Humor, vor allem wenn man über sich selbst lachen kann, wirkt „status- und distanzabbauend“⁸.

„In ihrem einvernehmlichen Lachen glückt ihr Einverständnis, kommt ihr Wohlbefinden zum freudigen Ausdruck. Denn zu lachen tut an sich gut und lässt die Freunde ihre persönliche Nähe (im miteinander Reden) als ein Zusammensein erleben, bei dem sie so sein können, wie sie sind – als Lachende.“⁹

Lachen steht für... Überlegenheit, Kommunikation, Lust, Entspannung, Kultur, Gemeinschaft, Nähe? Und Freundschaft? Auch Freundschaft bedeutet: selbstbestimmt und frei zu agieren, zu kommunizieren, bringt Lust und Entspannung, kann nur als Gemeinschaft von mindestens zwei Personen stattfinden, ist kulturell geprägt und setzt Nähe voraus. Anscheinend eignet sich die alltägliche Gebärde des Lachens als Symbol in der Darstellung von BilderfreundInnen, weil es Eigenschaften repräsentiert, die einer funktionierenden Freundschaft zugeschrieben werden.

¹ Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 79.

² Ebd. S. 79.

³ Vgl. Ebd. S. 79.

⁴ Ebd. S. 89.

⁵ Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 13.

⁶ Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 79f.

⁷ Vgl. Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 17.

⁸ Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 198.

⁹ Lemke, Harald: Freundschaft, S. 176.

9.2. Von brüllenden Männern und enthemmt kreischenden Frauen¹

Im Lachen findet sich schließlich ein Phänomen wieder, das uns in den unterschiedlichen Themen dieser Arbeit immer wieder begegnet ist: Obwohl – wie Kotthoff in einem Nebengedanken erwähnt² – eventuelle Unterschiede zwischen den Geschlechtern nur als Tendenzen bestünden, werden auch für das Lachen eigene Gesetze für Frauen verhandelt. Ein Blick in die Auswahlliteratur soll offenbaren, wie dieses *weibliche* Lachen charakterisiert wird.

„Tuscheln und Kichern gehörten für uns als Mädchen und gehören heute bisweilen immer noch zu diesen gemeinschaftsstiftenden Ritualen, die zugleich deutliche Abgrenzungssignale aussenden.“³

Das Kichern, das Lachen als Abgrenzung der Freundinnen von den anderen, denen die nicht dazu gehören. Dieses Bild ist ein wiederkehrendes. Es entspricht einerseits der oben erwähnten Zuschreibung von Lachen und Nähe, Lachen und Gemeinschaft. Andererseits tauchen im Diskurs um das Lachen unter Freundinnen symptomatische Interpretationen auf, die in ihrer Ausdrücklichkeit nicht so unproblematisch sind. Beispielsweise, wenn in Freundschaftsratgebern *den* Frauen bzw. in diesem Fall *den* Mädchen innerhalb gemischter Gruppen verallgemeinernd der passive Teil zugeordnet wird: „Die Jungen machen Witze, Albereien und Clownereien und die Mädchen lachen“⁴ oder wenn Kichern als Ausdruck einer unterdrückten Minderheit vorgestellt wird:

„Es ist dies [das Kichern] die Mentalität von unterdrückten Minderheiten, die Phantasiewelt von Sheherazade, dem Stolz des Harems. In der Pubertät haben Mädchen ihre Sklavenmentalität bereits tief verinnerlicht. [...] Nur Mädchen lachen in dieser Zeit das typische ‚Sklaven-Kichern‘, das man überall auf der Welt bei unterdrückten Minderheiten findet. Kein befreiendes, lautes Lachen, sondern das leise, oft hinter vorgehaltener Hand oder bis zum Herausprusten unterdrückte Lachen [...]. Das Kichern ist ebenso wie das Tuscheln Ausdruck davon, wie klein die Ventile schon sind, die sich noch gelegentlich öffnen, um vitale Lebensäußerungen (andere Meinung, sich lustig machen,...) herauszulassen.“⁵

In dieselbe Richtung argumentiert Kotthoff, die bei Frauen ebenfalls einen typischen Humor statusniedriger Gruppen zu finden meint:

„Statusniedrige dürfen am ehesten witzig sein, wenn dies auf eigene Kosten geht, wenn sie sich also selbst als Zielscheibe anbieten. Es kommt nicht von ungefähr, daß bei Frauen und unter Frauen diese Spielart des Humors viel häufiger gefunden wurde.“⁶

¹ Vgl. Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 85.

² Vgl. Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 207.

³ Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich, S. 41.

⁴ Ebd. S. 195.

⁵ Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz, S. 105.

⁶ Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 197.

Die Frau ist also *statusniedrig*? Wie würde ein Mann beschrieben, der über sich selbst lache? Selbstbewusst? Vielmehr als einem produktiven Ansatz zu einer ausgeglichenen Genderdiskussion ähneln solche Aussagen einer Propaganda nach dem Motto „Böse Männer – arme Frauen“, auch, weil damit Frauen (durch Frauen) eine Position zugeordnet wird, die hierarchisch mit denen von Sklaven in Verbindung gebracht wird.

Wird nämlich nicht der Vergleich zu den ‚statushöheren‘ Männern gesucht, sondern werden Frauengruppen betrachtet, ändert sich der Grundton. Dann begreift Kotthoff denselben Humor, der im selben Text als Zeichen von Unsicherheit und Scham gewertet wurde, wieder als mächtiges Instrument zur Gruppenbildung:

„Die Frauen lachten gemeinsam über Peinlichkeiten, Mißgeschicke und Ängste [...]. In solchen eher privaten Situationen können sich Frauen einen status- und distanzabbauenden Humor erlauben.“¹

Und je leiser und abgeschotteter dieses Lachen stattfindet, umso mehr wird es als ein gemeinschaftsbildendes Ritual betrachtet:

„Wir kennen alle das Bild einer kichernden [...] Mädchenclique. Sie scheint etwas zu teilen, was für die Öffentlichkeit nicht bestimmt ist. [...] Die Gruppe konstituiert sich durch das Gelächter auch als Exklusivgruppe. [...] Kichern bedeutet prototypisch, daß der Lachanlaß geheim ist, nicht für die Öffentlichkeit gedacht. Zwei oder mehrere Mädchen witzeln sozusagen hinter vorgehaltener Hand und teilen das Geheimnis eines witzigen Anlasses. Kichern ist eine Art von inoffiziellen Gelächter.“²

Diese Diskrepanz zwischen den unterschiedlichen Zuordnungen, die jeweils hauptsächlich oder ausschließlich auf den Faktor Geschlecht reduziert sind, zwischen dem starken Lachen innerhalb Frauengruppen und dem schwachen *weiblichen* Lachen in gemischten Gruppen, zeigt die Problematik der Gender-Zuschreibungen, vor allem, wenn scheinbar um jeden Preis eine Überhöhung der Aussage in Richtung ‚Sonderfall FrauSein‘ gesucht wird.

¹ Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen, S. 203.

² Ebd. S. 207f.

10. Notationen zur Lesbarkeit des freundschaftlichen Repertoires

Am Schluss dieser Arbeit könnte eine Auflistung stehen. Eine Auflistung jener Choreografieanweisungen beispielsweise, die *das* Freundschaftsbild der Freundin ausmachen. Schließlich war die Frage nach Symbolen und Abbildungstraditionen als Grundvoraussetzung für das Erkennen von Bilderfreundinnen mein Ansatz. Diese Art der Auflistung wird hier ganz bewusst nicht folgen, vor allem auch deshalb nicht, weil sie die Weite der behandelten Problematik nicht ausreichend widerspiegeln würde.

Die Analyse der Zeitschrift wurde zum Ausgangspunkt für eine umfassende Auseinandersetzung mit den daraus entstandenen Fragestellungen. Es war von Sichtbarkeit und Sinnlichkeit von Freundschaft die Rede, von Blicken, Berührungen und Nähe; von charakteristischen Utensilien in der Kulisse freundschaftlicher Bilder und von der äußerlichen Gestalt der Bilderfreundinnen; von als typisch präsentierten Konfliktsituationen und idealisierten freundschaftlichen Umgangsformen. Sichtbar wurde aber auch, dass die Freundin kein Freundschaftsbild neu erschaffen hat, sondern sich als konservatives Medium in modernen Zeiten mit tatsächlich lange vertrauten Freundschaftsidealen an ihre heterogene Zielgruppe wendet. Nur bereits akzeptierte und bekannte Ideen eignen sich, so wird angenommen, um in dieser Form – medial vereinfacht – dargestellt zu werden. Die Vorlagen zu diesen Vorstellungen sind bekannt: Einerseits handelt es sich dabei um historisch gewachsene Konzepte, aber auch um kultur- und zeitspezifische Ideale, die auf eine momentane Betonung des Konzeptes ‚Freundschaft‘ verweisen. Das Bild der Freundinnen in der Freundin, in Ratgeberliteratur oder in wissenschaftlichen Studien geht vorwiegend in dieselbe Richtung, das zeigt die Parallelität der unterschiedlichen Textzitate, wie stellvertretend anhand einzelner Beispiele dokumentiert wurde.

Statt einer Liste von Darstellungsweisen wird am Ende einer Arbeit, die sich mit der Choreografie von Freundschaft beschäftigt hat, nach den einzelnen Schritten gefragt, die der Lesbarkeit des freundschaftlichen Repertoires zu Grunde liegen. Es handelt sich hierbei um sieben Schritte, die an dieser Stelle als wesentliche Ergebnisse die Auseinandersetzung vertreten. Prämissen, die ‚Step by Step‘ für ein Funktionieren der Aufführung ‚Freundschaft – Freundin – Freundinnen‘ verantwortlich zeigen.

Schritt 1: FrauenZeitschrift oder wie Freundschaft eine Zielgruppe eint

FrauenZeitschriften sind an sich auf Grund ihrer Zielgruppe mit einer diffizilen Situation konfrontiert. Denn das, was mit dem Begriff *Frauen* als sprachliche Einheit auftritt, ist in der Realität ein Konglomerat unterschiedlichster Lebenskonzepte. Zum einen wird dies bei Illouz deutlich, die das Publikum als grundsätzlich abstrakt und anonym, als „Ansammlung privater

Selbste“¹, klassifiziert.² Zum anderen beschreibt ein Artikel zum 50. Jubiläum der Zeitschrift *Brigitte* die Leserinnenschaft folgendermaßen:

„Die Brigitte-Frau lebte die Lust am Widersprüchlichen aus: Die Hemden der Männer überließ sie ihnen zum Bügeln, träumte aber weiter von einer Hochzeit in Weiß. Sie war working woman, backte aber trotzdem die besten Obstkuchen der Nachbarschaft [...].“³

Es wird hier also das vorläufige Ergebnis eines fortschreitenden Emanzipationsprozesses angedeutet: Die Zielgruppe *Frau* scheint sich derzeit zwischen traditionell weiblichen Lebenskonzepten und diversen moderneren Varianten zu bewegen. Mit dieser Divergenz und zusätzlich dem gegenwärtigen Zwiespalt, der bei Kaufmann ersichtlich wird⁴, nämlich zwischen einem theoretischen Können und einem gesellschaftlich aufgetragenen Nicht-Sollen, hat sich die Freundin zielgruppenkonform zu beschäftigen. Vor allem – und davon kann ausgegangen werden – wenn sie möglichst viele Frauen ihrer Zielgruppe als Leserinnen gewinnen wollte. In diesem Fall, so Röser, sei zu erwarten, dass eine FrauenZeitschrift „ihr Themenspektrum und Frauenleitbild – nicht nur, aber auch – an den Erwartungen und Bedürfnissen der Rezipientinnen“⁵ ausrichte.

Diesen Spagat zwischen Tradition und Moderne, zwischen Konservatismus und Emanzipation, versucht die Freundin mit einer betont freundschaftlichen Ausrichtung zu schaffen. Freundschaft, die mit einer grundsätzlich positiven Grundstimmung aufwartet, die jeden Menschen in irgendeiner Art und Weise trifft und die schließlich durch ihre variantenreichen Definitionsmöglichkeiten das Spektrum der potenziellen Verwendbarkeit möglichst weit öffnet, eignet sich ideal als verbindendes Element, neben dem – unter modernem Anstrich – weiterhin Platz für die drei K's der klassischen FrauenZeitschriften, Kinder, Kochen und Kosmetik, bleibt.

Schritt 2: Diskurs versus Praxis oder über das Wechselspiel zwischen Auflage und Publikum

„Zeitschriften sind in noch stärkerer Weise als Zeitungen das echte Spiegelbild des Geistes in der jeweiligen Epoche, aus der sie hervorgegangen sind“⁶, meint Haake und zeigt damit das Potenzial dieses Mediums für die Kulturwissenschaften auf. In dieser Arbeit wird das Ausgangsmaterial Freundin als Reduktion, als Konzentrat unterschiedlichster gesellschaftlicher Meinungen verstanden. Mit einer verbreiteten Akzeptanz im

¹ Illouz, Eva: Gefühle im Zeitalter des Kapitalismus, S. 119.

² Vgl. Ebd. S. 119.

³ Du verstehst mich. „Brigitte“, die Mutter aller Frauenzeitschriften wird 50 – und sucht mit fünf Geboten das Gefühl der Leserin. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 83, 8./9. April 2004, S. 18.

⁴ Vgl. Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz, S. 48-51.

⁵ Röser, Jutta: Frauenzeitschriften, S. 14.

⁶ Haake, Wilmont: Die Zeitschrift – Schrift der Zeit. Essen 1991, o. S. Zitiert nach: Blumesberger, Susanne: Die Darstellung der Familie, S. 1.

deutschsprachigen Kulturraum und einer besonderen Gültigkeit für ihren Markt, ihre erreichbare Zielgruppe, die sich vor allem in der vergleichbar hohen Auflage ausweist, bietet die Freundin einen Weg – vielleicht eine Abkürzung –, einen verworrenen Knoten an gesellschaftlichen Freundschaftsentwürfen erst zu lockern, vermutlich sogar ganz aufzumachen. Die Untersuchung freundschaftlicher Medieninszenierung kann für kulturwissenschaftliche Fragestellungen lohnend sein, weil sich – bei Beachtung der Besonderheiten eines funktionierenden massenmedialen Produktes im Rahmen der Quellenkritik – neben Hinweisen auf das Verständnis der Zeitungsredaktion vor allem ein Blickwinkel eröffnet, der in die Wertewelt moderner Zeiten blicken lässt. In die Wertewelt der Freundschaft zum Beispiel. Ideen von Freundschaft, die nämlich in keinsten Weise den Zeitgeist treffen, können zwar eine Randgruppe bedienen, jedoch kaum einem populären Medium einen marktrelevanten Erfolg bescheren.

Demgegenüber werden bestimmte Ideen, die mit Freundschaft in Verbindung stehen, durch ihre mediale Aufbereitung verändert, verkürzt und verstärkt. Das würde auch gar nicht anders funktionieren, erinnert man sich an die unterschiedlichen Varianten von Freundschaft, die zu Beginn dieser Arbeit in aller Kürze vorgestellt wurden. Die Frage nach der Beeinflussung gesellschaftlicher Ideen durch mediale Inhalte gleicht der sprichwörtlichen Diskussion um Henne und Ei. Mit Timm¹ darf festgestellt werden, dass es nicht zu fragen gilt, ob Diskurs *oder* Praxis die Wirklichkeit herstellen würden, sondern dass nur in der Kombination von Diskurs *und* Praxis eine Verfestigung gesellschaftlicher Vorstellungen möglich sei:

„Diskurs bzw. Normen und Praxis sind vielmehr als zwei Koordinaten kultureller und sozialer Realität zu begreifen, die nicht jede für sich betrachtet Auskunft über gesellschaftliche Verhältnisse geben, sondern deren Dynamik und Verhältnis zueinander Realität konstituieren.“²

Die vergleichsweise hohe Abonnentinnenzahl der Freundin lässt darauf schließen, dass es viele Rezipientinnen gibt, die die Zeitschrift regelmäßig konsumieren. Ihre Bilder sind daher – ähnlich wie bei der Werbung – quasi omnipräsent. Bei einer erfolgreichen Zeitschrift, wie es die Freundin ist, kann davon ausgegangen werden, dass der *Zahn der Zeit* getroffen wird. Die Leserinnen finden sich und ihre Alltagsrealität wieder. Mit Rösler lässt sich weiters festhalten, dass sich „Rezipientinnen [...] zudem nicht gerne Mitteilungen aus[setzen], die ihrer eigenen Einstellung widersprechen, sondern wählen eher Medien, die die eigene Haltung bestätigen.“³ Ein präsentiertes Freundschaftsbild, die vorgestellten Ratschläge, etc., sind Bestandteile, die die Zeitschrift unglaublich machen würden, würden diese nicht mit einer allgemeinen Vorstellung der Rezipientinnen übereinstimmen. Auf der anderen Seite kann ein Medium nicht die Wirklichkeit in ihrer Komplexität abbilden. Vom Freundschaftsthema werden nur Bestandteile herausgefiltert, vereinfacht, Stereotype eingesetzt. Dieses vereinfachte Bild wiederum schlägt sich auf die Ansicht der Rezipientinnen nieder, bestärkt

¹ Vgl. Timm, Elisabeth: Ausgrenzung mit Stil. Über den heutigen Umgang mit Benimmregeln. Münster 2001 (zugleich Dissertation, Universität Tübingen 2000), S. 22.

² Ebd. S. 22.

³ Rösler, Jutta: Frauenzeitschriften, S. 17.

sie in der Wahrnehmung exakt dieser gefilterten Elemente in ihrem Alltag; einzelne Bilder verdichten sich, nehmen an Bedeutung zu.¹

Schritt 3: Interdependenzen oder warum das Bild trotzdem nicht neu ist

Die Freundschaftsbilder in der Freundin reagieren fortwährend im Zusammenspiel zwischen Diskurs und Praxis aufeinander. Andererseits beschränkt sich der Freundschaftsdiskurs auch für die Zeitschrift nicht auf das Medium selbst, sondern orientiert sich an diversen anderen Diskursmedien, an populären, an wissenschaftlichen Texten und historisch überlieferten Bildern. Die Arbeit versucht daher Analogien, Interdependenzen und Mechanismen im Freundschaftsdiskurs aufzuzeigen, indem formal unterschiedlichste Textbeispiele in ihrer inhaltlichen Ähnlichkeit gegenüber gestellt und diskutiert werden. Ein kritischer Blick auf ein „Doing Gender“ im Bereich der FrauenFreundschaften bleibt in diesem Fall nicht bei der Zeitschrift stehen, sondern meint unmittelbar auch die Vorbilder, und damit Mitbegründer gesellschaftlich akzeptierter Denkbilder.

Schritt 4: Die Freundin aus dem Supermarkt oder wie eine Zeitschrift zur unterhaltsamen Ratgeberin wird

Mit dem „Narrativ der Selbstverwirklichung“² ist bei Illouz jene „(spezifisch amerikanische) Einstellung [bezeichnet], wonach man sein Schicksal selbst in die Hand nehmen soll“³. Dieser Erzählweise folgt die Freundin, als freundschaftliche und unterhaltsame Ratgeberin unterstützt und begleitet sie ihre Leserinnen durch die Höhen und Tiefen des Lebens. Für den eigenen (finanziellen) Aufwand ist sie regelmäßig – in manchmal ernstem, dann wieder heiterem Duktus – zu Gast, gefüllt mit Tricks und Tipps, Lebensweisheiten und unterhaltsamen Erzählungen. Fortwährende Treue wird mit Geschenken belohnt. Layout und gleich bleibende inhaltliche Elemente entsprechen dem Charakter der Zeitschrift, personifiziert durch die Redaktion und die Bilderfreundinnen. Persönliche Geschichten und biografische Details verleihen der Freundin den Anstrich von Authentizität und Ehrlichkeit.

¹ Vgl. Severin, Karl: Verschiedene Arten der Geschlechterdarstellung in der Werbung. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2002, S. 29f.

² Illouz, Eva: Gefühle im Zeitalter des Kapitalismus, S. 69.

³ Ebd. S. 69.

Schritt 5: Momentaufnahme Fotografie oder wie ein Moment aus Unbekannten Freundinnen macht

Freundschaftsbilder, so die Annahme in dieser Arbeit, zeigen nicht nur eine Person als potenziellen Freund, sondern können nur durch die Gegenseitigkeit mehrere (also mindestens zweier) Personen entstehen. Mehrere Personen, die, so Büttner und Gottdang, in ihrer Interaktion auf eine freundschaftliche Beziehung hinweisen:

„Wenn in dem Bildwerk, das wir vor uns haben, mehrere Menschen dargestellt sind, die agieren und in einer Handlung miteinander verbunden sind, dann gehen wir davon aus, dass ein Ereignis dargestellt wird, eine oder mehrere Episoden einer Geschichte.“¹

Eine oder mehrere Episoden einer Freundschaftsbiografie nämlich. Gemeinsam gesetzte Handlungen, das Sichtbarmachen des freundschaftlichen Verhältnisses. Die Gruppe der Bilderfreundinnen setzt sich – sofern die Zuordnung über Bildtexte bzw. die abgebildeten Personen selbst möglich ist – aus zwei Kategorien zusammen: zum einen werden Alltagsfreundinnen dargestellt. Damit sind jene Frauen gemeint, von denen behauptet wird, sie seien tatsächliche Freundinnen. Das betrifft vor allem die Gruppe der Friendimonials, aber auch jene vereinzelter Bilder, die zur Illustration einer erzählten Geschichte von konkreten (unbekannten) Personen, Menschen von der Straße oder Leserinnen und ihren Freundinnen, dienen. Die zweite Kategorie zeigt Frauen als Freundinnen, die sich hingegen möglicherweise erst bei der Entstehung des Bildes kennen gelernt haben; Darstellerinnen, die für ein professionelles Shooting gebucht und am Set freundschaftlich zueinander drapiert werden: Im Moment des Abdrückens entsteht eine freundschaftliche Situation. Aus den Fremden werden Bilderfreundinnen, ihre fotografisch dokumentierte Freundschaftlichkeit ist für die Ewigkeit ins Bild gerückt.

In der methodischen Aufarbeitung des Bildmaterials werden diese Bildtypen nicht auseinandergepflückt, weil die Freundin selbst nicht unterscheidet. Alle Bilderfreundinnen werden gleichermaßen als ‚authentisch‘ präsentiert. Vom Ausgangsmaterial wird keine Differenzierung vorgegeben und lässt sich nur anhand der Zeitschrift auch nicht durchführen.² Insgesamt kann jedoch festgehalten werden, dass in der Bilderwelt der Freundin mit einer einheitlichen freundschaftlichen Abbildungsweise gearbeitet wird, ungeachtet dessen, wie hoch der Inszenierungsgrad der Bilder tatsächlich gewesen sein mag.

Auf Freundschaftsbildern wird versucht, nicht sichtbare Idealisierungen aus dem moralisch-ethischen Kontext sichtbar zu machen. Die inneren Verhältnisse aus der Gefühlswelt (Vertrauen, geistige Nähe, Ehrlichkeit, Offenheit, etc.) wird dabei als Innensicht verstanden. Ihr Sichtbarmachen im Medium der Fotografie als Außensicht. Diese Außensicht kann nur

¹ Büttner, Frank und Anna Gottdang: Einführung in die Ikonographie, S. 13.

² Wie bereits an mehreren Stellen erwähnt – und von daher hier nur als Hinweis in der Fußnote – steht das Material so zur Disposition, wie es sich den Leserinnen präsentiert. Nicht die Entstehungsgeschichten einzelner Bilder oder Berichte ist relevant, sondern einzig die fertige Version, wie sie auch Rezipientinnen vorliegt.

durch die wiederkehrende Verwendung von symbolischen Elementen (Berührung, räumliche Nähe, Lachen, etc.) visualisiert werden. „Das [...] Verständnis und die gedankliche Verarbeitung des Bildes werden entscheidend von der räumlichen Anordnung der Bildelemente bestimmt.“¹ Wie eine grammatische Angabe entspricht, so Kroeber-Riehl, die Nähe am Bild einer inhaltlichen Nähe.² Elemente die im Bildaufbau nebeneinander stehen, werden als zueinandergehörig interpretiert. Das funktioniert bei Gegenständen ebenso wie bei Personen. Verbindend kann ein Blick genauso wirken wie eine Geste, eine Berührung, oder die tatsächliche räumliche Nähe im Unterschied zum restlichen Bildaufbau.

Konzentriert man sich weiters auf die Perspektive des Fotografen, so lässt sich erkennen, dass die charakteristischen Freundschaftsbilder ‚auf Augenhöhe‘ fotografiert werden. Es ist also nicht der Blick von oben oder von unten, der typischerweise gewählt wird, sondern ein Blick von vorne. Diese Strategie lässt für die Betrachterin die Freundinnen ‚in Augenhöhe‘ auftreten, sie kann sich in die Szene eingebunden fühlen. Der Blickwinkel entspricht dem einer Alltagssituation – als würde man neben sitzenden Bilderfreundinnen sitzen oder neben Stehenden stehen. Das Blickfeld wirkt dadurch *natürlich* – allemal beschnitten durch die Grenzen des Bildes. Die Bilder haben Realitätsbezug, sind aber nicht dokumentarisch zu verstehen. Dazu Overdick:

„Das Foto des Gegenstandes ist nicht der Gegenstand selbst. [...] Das Foto spiegelt folglich nicht weniger die Realität wider, sondern vielmehr die Bild-Idee des Fotografen, seine Sicht der Wirklichkeit“³,

wobei im Kontext einer Zeitschrift nicht dem Fotografen die wesentlichste Bedeutung in der freundschaftlichen Darstellung zuzuschreiben ist, sondern vielmehr der Redaktion, der Blattlinie insgesamt. Der Fotograf gibt zwar die Choreografieanweisungen an die Models und Schauspielerinnen. Die Kulissen und die Szenerie in die die Bilderfreundinnen gesetzt werden, ist aber ebenso der Redaktion vorbehalten, wie später die Auswahl der – für die Umsetzung der Blattlinie geeigneten – Bilder. Die Ähnlichkeit der Freundschaftsbilder resultiert also aus einer durchgängigen Choreografie der Freundschaft bzw. genauer gesagt einer Choreografie des darzustellenden Freundschaftsverständnisses der Freundin und ihrer Zielgruppe.

¹ Kroeber-Riehl: Bildkommunikation, S. 68.

² Vgl. Ebd. S. 68.

³ Overdick, Thomas: Der volkscundliche „Klick“. Überlegungen zu einer visuellen Ethnographie. In: vokus. Heft 2/ 2002. Zitiert nach: <http://www.kultur.uni-hamburg.de/volkscunde/Texte/Vokus/2002-22/klick.html>, vom 22.April 2008, hier S. 5.

Schritt 6: Atmosphäre oder über das Lachen als Grundstimmung

Der freundschaftlichen Darstellung dient ein Gestaltungselement zur Herstellung einer spezifischen Atmosphäre: das Lachen. Gemeinsam mit seiner Verkleinerungsform, dem Lächeln, versteht es Bänninger-Huber als Verbindungselement in sozialen Beziehungen:

„Sowohl Lächeln als auch Lachen spielen eine wichtige Rolle bei der Etablierung und Aufrechterhaltung der Beziehung zwischen zwei Personen. Lächeln und Lachen dienen dazu, über den Ausdruck positiver Emotionen das affektive Band zwischen zwei Personen zu festigen.“¹

Als Emotion, mit der Stimmungen wie Überlegenheit, Lust und Entspannung verbunden sind, und als kulturell geprägtes Symbol für Kommunikation, Gemeinschaft und Nähe wird ein alltäglicher Ausdruck – auf Grund seiner anschaulichen Ähnlichkeit mit den Idealen von Freundschaft – zum Fundament für ein funktionierendes Freundschaftsbild.

Schritt 7: FrauSein als ‚Sonderfall‘ oder über Sinnlichkeit, Konflikte und das Lernen von den Besten

Neben dem Lachen gibt es noch eine andere Verbindung, die in der Bearbeitung des Materials wie ein roter Faden immer wieder aufgetaucht ist. Gemeint ist damit ein mehrfach angesprochenes „Doing Gender“, also eine Konstruktion des ‚Sonderfalls FrauSein‘ durch eine signifikante Betonung der Kategorie Geschlecht – in der Freundschaft, in der Zeitschrift und im Freundschaftsbild. Offenbar ist die Polarisierung gerade in derartig umfassenden Themenbereichen häufig anzutreffen, weil dadurch versucht wird, eine (tatsächlich nicht vorhandene) Ordnung herzustellen, das divergente Untersuchungsfeld greifbar zu machen.

Ein Beispiel: Während über *die* Freundschaft bereits in der Antike philosophiert wurde, fand die *Frauenfreundschaft* ab der Romantik erste Eingänge in die Literatur. Der Frau wurde vor allem von gesellschaftspolitischer Seite bis dahin keine Freundschaften zugestanden, fehlende Unabhängigkeit und die Unmöglichkeit, individuelle Beziehungen frei zu wählen, werden dabei als wesentlichste Gründe aufgeführt. Doch mit der Einführung eines diskutierbaren Freundschaftsmodells wurde *den* Frauen zugleich ein – scheinbar naturgegebenes – besonderes Verhalten zugeschrieben. Dieser Eindruck wird in der Freundin in der Kombination von Frauenfreundschaft mit dem saisonalen Jahreslauf verstärkt. Es entsteht der Eindruck naturgegebener Hoch-Zeiten der Freundschaft. Die Freundin wird zur festgeschriebenen Norm, zu einer naturverbundenen Ordnung.

Unter dem Thema „Freundinnen“, widmet sich der Hauptteil der Arbeit speziell einem „Doing Gender“ als einer sozialen Konstruktion. Möglich wird die Verwendung von

¹ Bänninger-Huber, Eva: Mimik, S. 118 f.

stereotypen Darstellungsweisen für eine FrauenZeitschrift, für die die „Variabel ‚Geschlecht‘“¹ als konstituierend gilt², vermutlich durch einen spezifischen Zugang der Rezipientinnen. Sie, so kann auf Grund der Reichweite angenommen werden, fühlen sich nicht persönlich diffamiert oder angegriffen. Eine Lesart dieser Beobachtung wäre, dass die Leserinnen sich in der Rezeption auf die unterhaltenden und ratspendenden Facetten der Zeitschrift konzentrieren. Da sie ihren eigenen Lebensalltag als individuell ‚anders‘ empfinden, würden die vereinfachenden Gender-Symptomatiken, die in den Freundschaftsbilder Verwendung finden, unkritisch zugelassen. In diesem Abschnitt wurde die Betonung von Sinnlichkeit systematisiert, die der Darstellung von FrauenFreundschaft innewohnt und anhand unterschiedlicher Zugänge sichtbar gemacht: Einerseits, indem ihre textliche Verwurzelung in unterschiedlicher Literatur, sowohl wissenschaftlicher als auch Ratgeberliteratur, nachgewiesen wurde. Andererseits wurden kulturelle verfestigte Zuschreibungen an die einzelnen Sinne vorgestellt und als Grundlage für das Funktionieren der bildlichen Darstellungen präsentiert. Dabei spiegeln sich folgende sinnliche Entwürfe eines weiblichen Freundschaftsverhaltens wider: Das Sehen als Anschauen und Wahrnehmen. Das Hören als Zuhören und für das Gespräch. Das Schmecken als identitätsstiftend, als Fürsorge, im Essen und Trinken. Das Tasten als Berühren und Kuscheln. Und schließlich das Riechen als Zulassen von Nähe. Diese intensive Beschäftigung miteinander, die übergeordnete gegenseitige Aufmerksamkeit wird schließlich auf eine Art ‚sechster Sinn‘ überhöht.

Die Abbildungsweise beschränkt sich weitgehend auf ein harmonisches, ein eindeutig darstellbares Ideal. Umso wesentlicher ist es gerade in dieser vermeintlichen Einheit nach den Lücken zu fragen; also auf das Nicht-Funktionieren zu blicken. Der Begriff „Zickenterror“ spiegelt hier die wiederkehrende Ansicht wider, dass *die* Freundin kompliziert und schwierig sei, vor allem im Umgang mit anderen Frauen. Typisch weiblich sei es, so wird vermittelt, Offenheit zu fordern, Ehrlichkeit indessen nicht zu vertragen. Unbedingt im Mittelpunkt stehen zu wollen und Erfolg nur als den eigenen verbuchen zu können. Ticke die biologische Uhr, stünden außerdem Partner und Kinder im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, Freundinnen wären dann nur mehr schmückendes Beiwerk. Interessanterweise wird die Suche nach Harmonie als Falle gezeichnet. Die Frau vermeide typischerweise Streitsituationen so lange, bis die Situation eskaliere. Hier wird zu mehr Offenheit und Unangepasstheit geraten – allerdings nur in klar abgestecktem Rahmen. Markant ist der Grundton jeglicher Konfliktsituationen: Als Freundin habe man die Streitigkeiten zu lösen, sich den Problemen zu stellen, zu reden, zu überlegen und eine Lösung zu finden – so lange und so intensiv, bis Freundschaft wieder hergestellt sei.

Jene, die dieses Verhalten *vorbildlich* präsentieren, sind die Friendimonials. Prominente Personen, die sich ihrerseits als Zeugen *idealer* Freundschaftssituationen präsentieren und

¹ Röser, Jutta: Frauenzeitschriften, S. 21.

² Vgl. Ebd. S. 21.



Abb. 96



Abb. 97



Abb. 98



Abb. 99

diese Idealvorstellungen andererseits auch nützen, um sich als ‚normal‘ und bodenständig zu verankern. Hier kann man von den besten lernen wie man Kontakte über weite Entfernungen hält, wie man mit Konflikten umgehe, wie die Freundin Teil der Familie und nicht Konkurrenz werde, etc. Eingebettet sind diese Geschichten in eine Kuschatmosphäre, in der Nähe und Weichheit die entscheidenden Bildträger sind. Und einmal mehr das Lachen. Wie typisch weiblich diese Darstellungsweise tatsächlich gehandhabt wird, wird in neueren Ausgaben der Freundin sichtbar. Aus der Rubrik *unter freundinnen* wird *unter freunden*. (Vgl. 16/2008, S. 140-142 und. 19/2008, S. 168-170) Den Freundinnenpaaren werden Freundespaare gegenübergestellt. Und kaum sind Männer abgebildet, ändert sich der Grundton der Darstellungsweisen. Die übergroßen, roten Kuschatpolster werden durch einen schwarz-metallenen Barhocker vor einer Betonwand ersetzt.

Auf den Beispielen links (Abb. 96-99) werden unterschiedliche Choreografien sichtbar. Den beiden Bilderfreunden wird mehr Raum im Bild gegeben, während bei den Bilderfreundinnen einmal mehr die Nähe zum entscheidenden Faktor gemacht wird. Bei den beiden Männern wird die angedeutete Verbundenheit über eine Berührung der Schulter und des (nicht sichtbaren) Rückens ins Bild gesetzt. In der Abbildung der beiden Freundinnen bleiben die Bilder den früheren ähnlich. Die Choreografien enthalten die bereits bekannten Elemente der (engen) Umarmung, der zueinander geneigten Köpfe und der gefassten Hände. Diese auffällige Veränderung mag darin begründet liegen, dass man innerhalb der Serie nach einem neuen Stil gesucht habe, um für die Leserinnen attraktiv und interessant zu bleiben. Dass diese Veränderung jedoch mit der Einführung von Männergeschichten deutlich an Wärme verliert und an Härte und ‚Coolness‘ zunimmt, kann vor dem Hintergrund sämtlicher Ergebnisse aus dieser Arbeit kaum als Zufall interpretiert werden.

In allem schließlich spiegelt sich das Lachen als Grundstimmung wider. Fröhlichkeit, Lust und Spaß als Ingredienzien, damit aus Fremden Freunde werden. Und hier noch einmal die Betonung einer scheinbar charakteristischen Weiblichkeit.

In der Zeitschrift passiert diese Zuschreibung indirekt, die Vergleichsgruppe ‚Mann‘ wird – bis auf wenige Beispiele – ausgeklammert. In der Wissenschaft fällt diese Polarisierung dafür umso stärker ins Auge. Wenn von *den Frauen*, *den Männern* die

Rede ist. Wenn angeblich typische Verhaltensweisen auf die Variable Geschlecht reduziert werden. Mit Ayaß lässt sich dabei beobachten, dass mit der „Fokussierung auf Frauen suggeriert [wird], dass sie ‚anders‘ seien als Männer, es werden Frauen zudem als das Abweichende, das gesondert zu Beschreibende, behandelt“¹. Diese Generalisierung über die Kategorie ‚Frau‘ wird vor allem deshalb als auffällig verhandelt, weil unter anderem mit Breitenbach davon auszugehen ist, dass „[...] die Gemeinsamkeit der Frauen brüchig“² ist, und die „einseitige Betonung des Geschlechts unter Vernachlässigung anderer Kategorien [...] die vielfältigen kulturellen und sozialen Differenzen und die Machtverhältnisse zwischen Frauen“³ verschleiert.

Nachdem durch den methodischen Zugang in dieser Arbeit deutlich geworden ist, dass nicht durch eine Zeitschrift selbst die Bilder konstruiert werden, sondern sich diese in einem Wechselspiel zwischen Diskurs und Praxis entwickeln, drängt sich am Schluss eine Überlegung auf: Durch die fortwährende Fokussierung auf das Unterscheidungsmerkmal Geschlecht – sowohl im biologischen Sinn, als im Sinn der Gender Studies – wird *den* Frauen erneut eine Sonderstellung zugeordnet. Die Thematisierung auf spezifisch weibliche Problemfelder garantiert zwar mehr Aufmerksamkeit und schon allein durch die Beachtung dieser Problemfelder einen gesteigerten Stellenwert. Ob die stetige Hervorhebung bzw. Betonung dieser eigenen Kategorie ‚Frau‘ jedoch einer Gleichstellung langfristig nicht vielmehr entgegenwirkt, wäre zukünftig kritisch im Auge zu behalten.

¹ Ayaß, Ruth: Gender Studies. In: Ayaß, Ruth und Jörg R. Bergmann. Qualitative Methoden, S. 408.

² Breitenbach, Eva: Mädchenfreundschaften, S. 22

³ Ebd. S. 22.

ANHANG

1. EINFÜHRUNG
2. DISKURS IM WANDEL DER ZEIT
3. WAS IST EINE FRAUENZEITSCHRIFT?
4. DIE BLATTLINIE – FREUNDSCHAFT IM JAHRESLAUF
5. DIE BEBILDERUNG DER BLATTLINIE
6. SICHTBARKEIT UND SINNLICHKEIT
7. FRIENDIMONIALS – DIE SICHEREN BILDER IN TEXTEN
8. VON „ZICKEN-THEATER“ UND ANDEREN KATASTROPHEN
9. „WIR LACHEN STÄNDIG ÜBER ALLES“
10. NOTATIONEN ZUR LESBARKEIT DES FREUNDSCHAFTLICHEN REPERTOIRES
11. METHODE
12. VERZEICHNISSE

11. Methode

11.1. Faszination Bild

Gleich zu Beginn der Auseinandersetzung mit dem Material faszinierte es mich, dass man beim Durchblättern einer Zeitschrift auf den ersten Blick zu erkennen meint, wo Freunde und Freundinnen abgebildet sind. Und zwar auf Illustrationen, die fast ausschließlich professioneller Natur sind: Den Fotografen lag es bei nahezu allen Beispielen nämlich nicht daran, ‚echte‘ Freundinnen zu finden und zu fotografieren. Nein, abgelichtet sind Models, Schauspielerinnen, Prominente und Menschen in Alltagssituationen, die erst durch die Gestaltung der Bilder *befreundet* werden. In welcher Choreografie aber funktionieren diese Bilder in der Inszenierung von Freundschaft? Und in welcher Form kann oder muss dieses komplexe Themenfeld medial verkürzt werden um in dieser Verdichtung zu gelingen? Wie wird die Darstellung von Freundschaft zu einer eindeutigen – welche Gesten, welche Körperlichkeiten und Blicke werden als Gebärden von Freundschaft eingesetzt?

In der Analyse wollte ich nicht an den fotografischen Illustrationen hängen bleiben. Vielmehr stand das Bild von Freundschaft in seiner Gesamtheit als mediales Konstrukt einer populären Zeitschrift im Zentrum meines Interesses. Rasch war klar, dass mit einer reinen Bildanalyse bei diesem Materialkomplex nicht weit zu kommen ist. Bilder und Texte, das Medium als Ganzes in seinem signifikanten Format als FrauenZeitschrift sollte in seiner breiten Varianz betrachtet werden: Fotos und Grafiken, Zeichnungen und Abbildungen. Berichte und Geschichten, persönliche Erzählungen und Informationen. Viele Genres, die sich in einem Punkt treffen, in ihrer Freundlichkeit. Einerseits in der grundsätzlichen medialen Aufmachung: Die Zeitschrift ist benutzerfreundlich gestaltet, berichtet auf Augenhöhe, ist jederzeit verfügbar. Sie steht mit Rat und Tat zur Seite, hält Geschenke parat und ‚tratscht‘ auch mal gerne. Andererseits im wörtlich-bildlichen Sinn, in der Darstellung, Erwähnung von Freundschaft, im Abdruck dieser sozialen Beziehungsform.

Im Sinn einer „thematischen Raumanalyse“¹ geht es, so Höhne, zuallererst darum, den Raum zu ermitteln, den ein Thema einnimmt. Dieser Vorgang verdeutlicht die Bedeutung des Freundschaftsthemas in der Zeitschrift – als äußerer Rahmen des Diskurses. Fokussiert wurde dabei unter anderem auf die Veränderungen der Zeitschrift im Zuge des Relaunches, da dieser nicht nur gestalterisch, sondern auch inhaltlich – und hier vor allem in der Schwerpunktsetzung zu Freundschaft – wesentliche Veränderungen mit sich brachte. Die Schlüsse aus dieser ersten Auseinandersetzung sind im Rahmen der Quellenkritik im Kapitel über die Charakterisierung des Materials den späteren Ergebnissen vorangestellt.

¹ Höhne, Thomas: Thematische Diskursanalyse – Der Migrantendiskurs im Schulbuch. In: Keller, Reiner u. a. (Hg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 2: Forschungspraxis. Wiesbaden 2004², S. 389-420, hier S. 399.

Die methodische Besonderheit meiner Herangehensweise war ihre Offenheit. Nicht starre Rezepte sollten zum Ergebnis führen, sondern das Material selbst musste die Leitung in die Hand nehmen dürfen. Es wird eine sehr bewusste Auseinandersetzung mit dem Material, mit der Zeitschrift selbst, zur Methode gemacht. In Kapitel 3 wurde die *freundin* als Medium der Unterhaltung und des Ratschlages vorgestellt. Diese Zuordnung ist für die Entwicklung einer passenden Methodik wesentlich. Zu wissen, welche Rezeptionsmöglichkeiten das Medium den Leserinnen anbietet, bestimmt den Blick auf das Material. Eine lineare Erzählung muss anders bearbeitet werden, als der collagenartige Aufbau der *freundin* dies zulässt. Anders gesagt: Dass die Leserinnen schmökern, sich durch die Zeitschrift blättern können, erlaubt dies ebenfalls der Forscherin. So ist beispielsweise die Chronologie der auftretenden Phänomene wesentlich weniger bedeutsam als dies in anderen Forschungsentwürfen denkbar wäre.

11.2. Durchführung

Im Mai 2006 nahm ich Kontakt zur *freundin Verlag GmbH*, München, auf und fragte um einige Ausgaben der Zeitschrift an; mein Interesse galt zu Beginn der Frage, wie sich ein Medium präsentiert, dass sich selbst als *Freundin* für ihre Leserinnen vorstellt. Dieses Anfangsinteresse hat sich rasch auf den Umgang der Zeitschrift mit Freundschaft insgesamt, mit der medialen Konstruktion dieser sozialen Beziehungsform, ausgeweitet.¹ Ich erhielt ein Jahresvolumen der Ausgaben von April 2005 bis Mai 2006 vom Verlag.² Diese Auswahl übernahm ich vollständig in die Untersuchung. Zusätzlich wurden im Lauf der Forschungsarbeit einzelne aktuelle Vergleichsexemplare herangezogen – vor allem um den Wandel der *freundin* zu verfolgen. Diese Ausgaben wurden nicht vollständig in die Untersuchung aufgenommen, sondern dienten der Kontrolle, um im Auge zu behalten, ob und wie sich die Zeitschrift im Zeitraum der Analyse änderte. Wesentliche Veränderung – wie im Ressort *unter freundinnen/unter freunden* – wurden den Ergebnissen punktuell gegenübergestellt.

Parallel zu einer Einführungsphase, die sich vor allem mit einer konzentrierten Wahrnehmung von Freundschaft im Alltag (sowohl sprachlich als auch praktisch) auseinandersetzte, wurde das Untersuchungsmaterial einer „Ersteindrucksanalyse“³ unterzogen. Möglichst unvoreingenommen (und möglichst wenig beeinflusst von der späteren Beschäftigung mit Literatur zu diesem Thema) wurde der Zeitschriftenkorpus durchgesehen, durchgelesen, durchgeblättert, auffällige Stellen markiert, Freundschaftsbilder gekennzeichnet. Bei dieser Arbeit stand die spontane Erkennung von freundschaftlichen Elementen im Mittelpunkt. Nicht das Warum oder Wie, sondern die Erkenntnis, dass hier eine Aussage über Freundschaft gemacht wird, dass hier offenbar Menschen als Freundinnen, als Freunde abgebildet sind.

¹ *freundin Verlag GmbH* ist als eine von fünf Gesellschaften Mitglied der *Burda Style Group*.

² 11/2005 bis 11/2006, wobei die Nummern 15/2005 und 23/2005 fehlen. Details siehe Verzeichnis.

³ Höhne, Thomas: Thematische Diskursanalyse – Der Migrantendiskurs im Schulbuch. In: Keller, Reiner u. a. (Hg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, S. 398.

Diese so entstandene Auswahl des freundschaftlich-relevanten Materials wurde in eine Liste eingetragen – unterteilt nach Text und Bild und hier wiederum jeweils nach redaktionellem Teil und Anzeigen. Als Analyseeinheiten wurden Texte pro Textbild und Bilder pro Einzelbild definiert. Solche Durchsichten folgten mit zunehmender Verdichtung des theoretischen Hintergrundwissens noch einige Male.

Als Einzelbild gilt in diesem Zusammenhang jede Abbildung, also sowohl eine Fotografie im redaktionellen Teil als auch eine gezeichnete Illustration oder ein Werbesujet. Als Textbild sind jene Textabschnitte in die Untersuchung aufgenommen, in denen in irgendeiner Form von Worten wie Freundschaft, Freunde, Freundinnen, Freundeskreis, Clique, freundschaftlich, etc. die Rede war. Anstatt den Text nach grammatikalischen Analyseeinheiten wie Silbe, Wort oder Satz zu unterteilen, wurden Sinneinheiten definiert. Kommt also eine Erwähnung des Wortstammes Freund- innerhalb eines Satzes vor, so wurden jene Sätze dieser Analyseeinheit ebenfalls beigeordnet, die vorher oder nachher inhaltlich mit dieser Freundschaftserzählung korrespondierten. Wurde die Geschichte später im selben Text wieder aufgenommen, bekam sie einen eigenen Listenplatz.¹

Die Auseinandersetzung mit Textbildern setzt zuallererst die Betrachtung der einzelnen Worte voraus – schon in der ersten Durchsicht muss dem Verständnis eine Lektüre folgen. Lesen und nicht nur Sehen also. Umgekehrt kommt es im wissenschaftlichen Umgang mit Bildern sehr früh zu einer Vertextung. Die Bilder bzw. die Eindrücke, die die Bilder in der Analyse machen, werden versprachlicht, darauf weist unter anderem Soeffner hin². Sie werden wiederum zu Sprachbildern. In der Auswertung des Untersuchungsmaterials wurde zwar zwischen den Elementen Bild und Text auf Grund der unterschiedlichen Strukturen und der dadurch fehlenden direkten Vergleichbarkeit unterschieden, methodisch wurden jedoch bis zu einem gewissen Grad ebenfalls für die Untersuchung der Texte Werkzeuge der Bildanalyse benutzt. In Anlehnung an Ulrich Hägele seien in volkskundlich-kulturwissenschaftliche Bildanalysen sämtliche visuellen Medien gleichberechtigt zu behandeln, die vorhandenen Texte in die Forschung mit einzubeziehen.³ Als visuelle Medien stehen in der Analyse einer Zeitschrift Bild *und* Text zur Verfügung, wobei ebenso ihr Zusammenspiel betrachtet werden soll.

Dieser Prämisse versucht sich die vorliegende Untersuchung durch eine Kombination aus Inhaltsanalyse (einer Analyse von Bild- und Textinhalten) und Bildanalyse (Untersuchung von Einzel- und Sprachbildern) anzunähern. Dabei werden die Fotos und Texte

„als Quellen verstanden, die Ausschnitte aus der gesellschaftlichen Realität präsentieren und im Rahmen kommunikativer Konstellationen, Diskurspraktiken

¹ Einen Ausschnitt aus dieser Auflistung siehe im Nachtrag im Anschluss an dieses Kapitel ab S. 207.

² Vgl. u. a. Soeffner, Hans-Georg: Überlegungen zur Soziologie des Symbols und des Rituals. In: Wulf, Christoph und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals, S. 152f.

³ Vgl. Hägele, Ulrich: Visuelle Kultur? Thesen zum erweiterten Fachverständnis bildmedialer Forschung. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 375-388, hier S. 382.

und soziokultureller Praktiken analysiert werden müssen. Medien dienen also vorwiegend der Repräsentation.“¹

In dieser repräsentativen Funktion, darauf weist Mikos hin, stellen Medien(-bilder) Ausschnitte aus der gesellschaftlichen Wirklichkeit dar, die ihre definitive Bedeutung erst durch die Lesart der Rezipienten erhalten.²

„Nach diesem Verständnis können Medientexte auch keine abgeschlossene Bedeutungen haben, [...] sondern sie entfalten ihr semantisches und symbolisches Potenzial erst durch die aktiven Zuschauer [...], die sich als Betrachter zu verschiedenen Zeiten aus verschiedenen Gründen mit ihnen befassen.“³

Grundsätzlich war diese Arbeit von Beginn an nicht als Rezipientinnenforschung konzipiert. Dennoch sollte die Auswahl der zu interpretierenden Bilder keine rein subjektive Meinung widerspiegeln. Aus diesem Grund wurde nach der ersten Materialdurchsicht eine Testreihe gestartet, bei der es herauszufinden galt, ob bzw. wie weit sich die Einzelbildauswahl zwischen einzelnen Testpersonen unterscheiden würde. Dazu wurden 15 Personen (zwölf Frauen, drei Männer) zwei Ausgaben der Freundin vorgelegt, mit der Bitte, alle Bilder zu markieren, auf denen sie Freundschaft zu erkennen glaubten. Sie wurden ersucht, sich in dieser Arbeit auf die Abbildungen, nicht auf die Texte, zu konzentrieren. Anschließend wurden die so ausgewählten Einzelbilder gemeinsam durchgesehen und Gründe für die Auswahl besprochen.

Diese Testreihe bestätigte grundsätzlich die im ersten Schritt im Forschungsprozess entstandene Auswahl möglicher Freundschaftsbilder. Eine Durchsicht des gesamten Materials von mehreren Testpersonen wurde diesbezüglich für nicht notwendig erachtet. Neben dieser großen Gruppe von offenbar deutlich zuordenbaren Bildern, gab es Ausnahmen, die vereinzelt ebenfalls in die Reihe der Freundschaftsbilder gewählt worden waren. Es handelte sich hierbei beispielsweise um die Abbildung von einem Erwachsenen mit einem Kind oder von einem (Liebes-)Paar. Bei der gemeinsamen Durchsicht der Bilder und der entsprechenden Nachfrage wurde beispielsweise damit argumentiert, dass diese Personen zwar anscheinend ein Paar seien, aber zu einer guten Beziehung ein freundschaftliches Verhältnis gehöre oder dass idealerweise Eltern in einem freundschaftlichem Verhältnis zu ihrem Kind stehen sollten. Da hier jedoch nicht in erster Linie die Wahrnehmung von Bilderfreundinnen und -freunden entscheidend für die Auswahl gewesen war, wurden diese Bilder in die definitive Auswahl nicht mit einbezogen.

Nach dieser verbalen und illustrativen Auswahl der Bilderfreundinnen und Bilderfreunde wurden in der getrennten Durchsicht des freundschaftlichen Materials erste Besonderheiten sichtbar: das Lachen im Bild oder die Benennung unterschiedlich enger Freundschaftsebenen zum Beispiel. Diese Ergebnisse wurden als Basis für die Detailanalyse erfasst. Nach der

¹ Mikos, Lothar: Film-, Fernseh-, und Fotoanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz 2005, S. 458-465, hier S. 458.

² Vgl. Ebd. S. 458.

³ Ebd. S. 458.

Arbeit mit den einzelnen Bild- und Textsträngen wurden die Untersuchungseinheiten zur Interpretation in ihren tatsächlichen medialen Kontext rückgeführt. Statt der Auswertung von Auflistungen wurde auf eine Einbettung in den sowohl inhaltlichen als auch gestalterischen Kontext Wert gelegt, da die Analysesituation den tatsächlichen Gegebenheiten einer Rezeption möglichst nahe zu kommen versuchte. Wichtig ist dies vor allem, weil Layoutelemente wie die Größe eines Bildes, die Farbwirkung auf der Zeitschriftenseite, benachbarte Text- oder Bildelemente oder die Positionierung wesentlich für die Aufnahme des Elementes sind.¹

In weiterer Folge wurde das Material auf theoriegeleitete Fragen überprüft, die in der Literatur zum Thema Freundschaft gestellt werden: Welche Handlungen werden als typisch freundschaftliche gezeigt? Wo werden Freundschaften verortet? Welche Ereignisse werden als typisch freundschaftlich benannt? Jede Kategorie wurde dabei auf den Ebenen Bild-Text, Inhalt-Gestaltungsaufbau sowie auf redaktioneller und Anzeigenebene beleuchtet. Durch diese Vorgehensweise, die sich nach Mikos als „Reflexion des Materials unter Zuhilfenahme theoretischer Ansätze“² bezeichnen lässt, konnte festgestellt werden, dass das Freundschaftsbild in der Freundin über weite Strecken der allgemeinen Zitattradition des Freundschaftsdiskurses folgt, dabei aber nicht so stereotyp verläuft, wie man nach der Lektüre der Vergleichsliteratur hätte annehmen können. Nicht die sprichwörtlich Kaffee trinkenden und klatschenden Frauen im heimischen Wohnzimmer dominieren die Bilderwelt, stattdessen liegt die Betonung vielmehr auf Vereinfachungen im Bereich „Doing Gender“: Freundschaft unter Frauen als sinnlicher, weicher, natürlicher Ausdruck.

11.3. Analyse der Bilderfreundinnen

Die eben beschriebene Vorgehensweise orientiert sich weitgehend an Rezepten für qualitative Inhalts- oder Medienanalysen³ – geeignet insofern, als neben der Analyse von Textinhalten auch die Untersuchung von Bildinhalten zu leisten war. Die Detailanalyse der Untersuchungseinheiten hingegen wurde als Bildanalyse durchgeführt. Texte als Sprachbilder können damit in ihrem freundschaftlichen Kontext ebenso erfasst werden wie Fotografien als Abbildungen. Durch diese Kombination wird eine gewisse Vergleichbarkeit dieses grundsätzlich unterschiedlichen Materials ermöglicht. Text und Bild können gemeinsam zur Bildung freundschaftlicher Kategorieschemen herangezogen werden.

¹ Siehe auch: Abschnitt *Das Bild im Kontext*.

² Mikos, Lothar: Film-, Fernseh-, und Fotoanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung, S. 461.

³ Vgl. u. a. Ebd. S. 458-465. oder Mayring, Philipp und Alfred Hurst: Qualitative Inhaltsanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wagner (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz 2005, S. 436-444, hier S. 437.

Das Modell entstand in Anlehnung an Adrian Schmidtkes Interpretation von Fotografien aus der Zeit des Nationalsozialismus, in der er darauf hinweist, dass bei der Interpretation von Fotografien grundsätzlich zwischen der Analyse einzelner, für sich stehender Bilder und der Interpretation großer Bildmengen unterschieden werden müsse:

„Beide sind stets wechselseitig aufeinander bezogen, da das Einzelbild erst im Kontext seines Überlieferungszusammenhangs und im Vergleich mit anderen Fotografien entschlüsselt werden kann und da größere Bildbestände nur über die akribisch Analyse des Einzelbildes erschlossen werden können.“¹

Das Einzelbild wird also einerseits als isoliertes Phänomen analysiert und andererseits als ein Bestandteil in den Zusammenhang mit einem größeren Bildbestand gebracht. Gleiches lässt sich für Texte aussagen. Ein einzelnes verbal gezeichnetes Bild von Freundschaft wird zuerst als kleinste Einheit analysiert und wird danach in einen größeren Bedeutungszusammenhang mit Hilfe der anderen Textbestände gebracht. Nach dem Vorschlag von Schmidtke wird für die Einzelbildanalyse Erwin Panofskys² Modell der ikonografisch-ikonologischen Interpretation eingesetzt. Bildserien werden mit Hilfe der seriell-ikonografischen Analyse untersucht.³

Zuerst wird die Herangehensweise für Fotografien und Illustrationen erklärt. Für Einzelbilder folgt im ersten Untersuchungsschritt die prä-ikonografische Beschreibung. „Nach der ersten Inaugenscheinnahme, dem ersten Wirkenlassen der Fotografie wird die Gesamtkomposition des Bildes in all seinen Details sprachlich erfasst.“⁴ Alle Bildelemente werden gemäß ihrer alltäglichen Bedeutung beschrieben, besonderes Wissen rund um Details und Kontexte soll weitgehend ausgeblendet werden.⁵ Im zweiten Schritt folgt die ikonografische Beschreibung. „Auf dieser Ebene werden die im ersten Arbeitsschritt erfassten Personen und Gegenstände in Zusammenhang gebracht und benannt.“⁶ Das Wissen bzw. die Lesart des Forschers wird jetzt ins Spiel gebracht, allerdings als eine reine Beschreibung. Zusätzlich sind Bildbeschriftungen anzumerken.⁷ Von Thomas Knieper werden diese beiden Schritte für die Analyse von Medienbildern unter „ikonografischer Identifikation“⁸ zusammengefasst.

Der nächste Arbeitsschritt gilt der ikonografischen Interpretation. Es wird gefragt, „wie ein bestimmtes Sujet dargestellt wurde und welche Aussagen sich daraus ziehen lassen“⁹, wie bestimmte Themen im betreffenden Kontext visualisiert worden sind. Zusätzlich sind spätestens hier jene Elemente zu erfassen, die außerhalb des Wirkungsgrades des Fotografen

¹ Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 148.

² Vgl. u. a. Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem 1 (= DuMont-Taschenbücher, Bd. 83). Köln 1994, S. 207-225.

³ Vgl. Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 148-159.

⁴ Ebd. S. 151.

⁵ Vgl. Ebd. S. 151f.

⁶ Ebd. S. 152.

⁷ Vgl. Ebd. S. 152.

⁸ Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft, S. 48.

⁹ Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 152.

liegen (wie zum Beispiel Mimik und Körperhaltung der abgebildeten Personen).¹ Abschließend folgt die ikonologische Interpretation, bei der „Kontextwissen, Bildaufbau, Widersprüche und Eigenarten der Fotografie, die Rolle des Fotografen und der Abgebildeten aufeinander bezogen“² werden. Es geht um die Frage nach den gesellschaftlichen und historischen Bedingungen, die die Art der Darstellung beeinflussten.³ Oder anders gesagt, es geht um die Frage nach den Bedingungen, die die Auswahl des Bildes begünstigen: Was ist an dem einen Bild das Typische, das ins Freundschafts-Bild der Freundin passt?

Im vorliegenden Forschungsdesign wird es als wenig entscheidend erachtet, wie ein Bild tatsächlich entstanden ist. Stattdessen ist ausschlaggebend, dass dieses Bild der Blattlinie folgend zur Illustration von Freundschaft ausgewählt wurde. Dass es sich bei der fotografischen Quelle nicht um eine zufällig entstandene Fotografie handelt, sondern im Normalfall dahinter ein arbeitsreicher Entstehungsprozess mit einer Serie nicht abgedruckter Auswahlbilder steht, ist bei einer alltäglichen Rezeption weder ersichtlich noch wesentlich. Bilder werden nach bestimmten Kriterien einer funktionierenden Freundschaftsdarstellung in den Druck gegeben. Die Einflussnahme des Fotografen oder Gestalters auf das Bild (auch auf die Mimik und Gestik der abgebildeten Person) ist im Fall dieser Medienbilder durch Bearbeitungs- und Selektionsprozesse gegeben.

In der Analyse der Sprachbilder fallen die ersten beiden Untersuchungsschritte weitgehend aus, da sich die vorkommenden Elementen (Worte, Sequenzen) quasi selbst benennen. Dafür können andere Eigenschaften erhoben – die Länge des Sprachbildes ist vergleichbar mit der Größe einer Abbildung, die Platzierung, die Prominenz des Ausschnittes und umgekehrt –, und das Zusammenspiel mit Abbildungen hinterfragt werden. Es folgt die ikonografische Interpretation. Hier wird wieder zuerst untersucht, wie bestimmte Themen innerhalb des freundschaftlichen Bildes visualisiert werden. Wovon handelt das Sprachbild? Wer ist darin abgebildet? In welchem Zusammenhang stehen die Personen? Welche Dinge, Requisiten werden erwähnt? Gerade wenn es um den Bereich der abstrakten Begriffe, der Gefühle, Stimmungen, etc. geht – muss das Sprachbild mit anderen Begrifflichkeiten als die Illustration arbeiten, kann zwar weniger expressive, dafür deutlich konkretere (verbale) Akzente setzen. In der abschließenden ikonologischen Interpretation geht es wiederum um die Frage nach dem Spezifischen, dem Typischen des Sprachbildes. Entstehungs- und Selektionsprozesse sind mitzudenken, ebenso wie im bildlichen Bereich ist jedoch vorwiegend relevant, dass die Sprachbilder in dieser Form verwendet worden sind. Ob diese ursprünglich länger, bunter oder vom Schriftbild anders gestaltet geplant gewesen wären, ist für die Rezipientin nicht (mehr) von Bedeutung.

Danach wurde das gesamte (verbale und fotografische) Bildmaterial in einem zweiten Durchlauf mit Hilfe der seriell-ikonografischen Analyse untersucht. Dadurch können, so

¹ Vgl. Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 152f.

² Ebd. S. 153.

³ Vgl. Ebd. S. 153.

Schmidtke, einerseits Aussagen gemacht werden, die über das isolierte Einzelbild hinausgehen und andererseits können Einzelbilder als Voraussetzung für deren Analyse als typische Darstellungen erfasst werden:

„Aussagen, die über das Einzelbild hinausgehen, können nur gemacht werden, wenn dies Aussagen tatsächlich auf für andere Fotografien gelten. Und umgekehrt kann eine Einzelbildanalyse erst dann sinnvoll erfolgen, wenn sie einzelne Fotografien als typisch und stellvertretend identifizieren lassen.“¹

Als Repräsentanten eines geschlossenen Bildbestandes ermöglicht die seriell-ikonografische Analyse im synchronen Vergleich² Aussagen darüber, welche Abbildungsweisen für die Freundin als typisch erachtet werden können. Dabei wird beispielsweise der Vergleich von Motiven ermöglicht und die Varianz der Umsetzung eines einzelnen Themas beleuchtbar. Bei der Auswahl und Zusammenstellung der Bildbestände muss damit begonnen werden, „Fotografien nach forschungsrelevanten Merkmalen zu sortieren und zu gliedern.“³ Chronologische Reihen müssen durchbrochen und durch thematische Ordnungen ersetzt werden.

Während – wie im Abschnitt *Durchführung* beschrieben – in einem ersten Schritt über die Befragung der Bilder mit theoriegeleiteten Ansätzen die Bilderfreundinnen in die breite visuelle und verbale Abbildungstradition von Freundschaft eingebettet wurden, entsteht in der Detailanalyse die Zuordnung zu Kategorien aus den Bildern und Texten selbst.⁴ Bei der Frage nach den Blicken beispielsweise wurden zuerst alle zur Verfügung stehenden Bilder aufgelegt. Das zu untersuchende Element (Blicke) wurde isoliert betrachtet und die unterschiedlichen Darstellungsweisen aufgelistet. Bilder, auf denen das befragte Element nicht auftrat, wurden aus dem Materialkorpus vorübergehend entfernt. Dann wurden die übrigen Bilder nach ihrer inhaltlich-gestalterischen Zugehörigkeit sortiert. Dieser Vorgang wurde so lange fortgesetzt, bis keine neuen Kategorien mehr definiert werden konnten. In der Verschriftlichung wurden diese Kategorien allgemein benannt und durch eines der zugeordneten (Text-)Bilder näher beschrieben.

Zusätzlich floss die Dualität der Methodik, die Kombination theoriegeleiteter und materialgeleiteter Zugänge, in den abschließenden Text mit ein. Die Ergebnisse der Detailanalyse wurden mit den Ergebnissen des Literaturvergleichs kombiniert, wodurch die Nähe der Abbildungstradition der Freundin zu den unterschiedlichen Textsorten sichtbar wurde. Aus dieser Erkenntnis entwickelte sich der spezielle Umgang mit der ergänzenden Literatur. Sie nimmt im Zusammenhang mit dieser Arbeit keinen rein informativen Charakter ein, sondern dient zusätzlich dazu, die Zitattradition im Freundschaftsdiskurs quer durch unterschiedliche Textgattungen, Disziplinen und Zeiten zu dokumentieren.

¹ Schmidtke, Adrian: Körperformationen, S. 154.

² Ebd. S. 155.

³ Ebd. S. 157.

⁴ Vgl. Ebd. S. 155-157.

11.4. Ein ganz persönliches Resümee

Lothar Mikos gibt zu bedenken, wie sich das Verhältnis von Medium und Rezipienten verändert, wenn diese mit forschender Absicht an das Material gehen.¹ Indem die Freundin als Zeitschrift als ein Kommunikationsmedium begriffen wird, tritt die Forscherin mit den Bildern und Texten in ein kommunikatives Verhältnis. Im Gegensatz zu gewöhnlichen Rezipientinnen konzentriert sich die Analysierende jedoch mit ganzer Aufmerksamkeit auf das Objekt ihrer Arbeit.

„Während es in der normalen Rezeptionssituation zu einer Interaktion zwischen Medientext und Zuschauer kommt, in der eine gewisse Autorität des Textes gewahrt bleibt, ändert sich diese Verhältnis in der Analysesituation.“²

Durch ihr theoretisches Vorverständnis begibt sich die Forscherin auf eine andere Kommunikationsebene mit dem Medium – ohne allerdings die Ebene der bloßen Rezipientinnen aus den Augen zu lassen. Es kommt zu einer

„paradoxen Doppelbewegung: Einerseits muss er [der Forscher] sich der Bedingungen und Strukturen der normalen Rezeption bewusst sein, andererseits muss er aber genau von diesen Bedingungen und Strukturen abstrahieren, um einer methodisch kontrollierten Analyse nachzugehen.“³

Die Problematik, wie sie Mikos für die Beforschung eines Mediums benennt, war in der vorliegenden Studie doppelt wirksam. Denn einerseits hieß es für mich in der Analyse der Freundin systematisch zwischen dem Blick der Leserin und der Forscherin zu wechseln, auf der anderen Seite fand eine ähnliche Dynamik im Umgang mit dem Themenbereich Freundschaft statt. Hier galt es einerseits einen professionellen Detailblick für die unterschiedlichsten Freundschaftsdefinitionen und -theorien zu gewinnen und andererseits einen alltagstauglichen Umgang mit dem Thema zu wahren. Diesen Kontrast versuchte ich methodisch zu bewältigen.

Bereits am Anfang entstanden – parallel zur Auswahl des Untersuchungsmaterials – erste Aufzeichnungen in meinem Forschungstagebuch. Dabei ging es mir auch um die Auseinandersetzung mit dem Thema Freundschaft aus privater Sicht. Was heißt für mich Freundschaft? Wie sieht *ideale* Freundschaft aus? Gibt es so etwas überhaupt? Wie erkennt man Freunde? Woran? Mehrere Wochen intensiven Beobachtens und Auseinandersetzens mit meinen eigenen Vorstellungen folgten. Dies schien mir wichtig, um mir ein eigenes Bild zu machen, noch bevor die Beschäftigung mit – und dadurch ebenso Beeinflussung durch – Fachliteratur erfolgte. Neben der intensiven Reflexion von persönlichen Erfahrungen begleiteten mich diverse ungerichtete Beobachtungen. Wenn ich im Park saß, so beobachtete ich die Gruppen und Paare ringsum und versuchte mir bewusst zu machen, wer von diesen Freunden, Partner, Bekannte, Kollegen sein könnte. Eine Zuordnung, die auf den ersten Blick

¹ Vgl. Mikos, Lothar: Film-, Fernseh-, und Fotoanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung, S. 460f.

² Ebd. S. 460.

³ Ebd. S. 460.

meist sehr eindeutig kategorisierbar wirkte, bei dem Versuch detaillierte Gründe zu benennen, allerdings zum Teile auffallend schwierig wurde. Das zeigte mir unter anderem, dass die Alltagsauseinandersetzung mit der Thematik Freundschaft so lange unkompliziert und einfach blieb, bis eine intensivere Genauigkeit abverlangt wurde. Dann begannen nämlich Grenzen zu verschwimmen, theoretische Regeln zeigten ihre häufigen Ausnahmen. Diese erste – auch optisch – bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema half mir später immer wieder, Unsicherheiten während der Analyse zu kontrollieren.

In dieser ersten Phase wurde der Freundschaftsbegriff auch in meinem privaten Umfeld zu einem problematischen. Mir fiel plötzlich auf, wie oft alltäglich von *meinen* Freunden, meinen Freundinnen gesprochen wurde, wobei dies die unterschiedlichsten Bezugsgrade inkludierte. Und mir wurde erstmals bewusst, wie weit verbreitet *deine, meine* Freunde durch die unterschiedlichsten Medien schwirren. Interessanterweise scheint der Freundschaftsbegriff derartig vage selbstverständlich geworden, dass jeder eine – durchaus ähnliches – Vorstellung damit verbindet. Bittet man jedoch um eine Definition, eine genauere Erläuterung, wer denn Freundin, wer Freund sei, kommt es nicht selten zu Widersprüchen und Unstimmigkeiten. Schon die Erwähnung meines Themenbereichs ‚Freundschaft‘ führte in den vergangenen Jahren zu unzähligen Diskussionen – von wissenschaftlich inspirierten Fachsimpeleien bis zu gehörsuchenden Wehklagen über schwierige Freundschaftssituationen; nicht zuletzt, wenn die Gespräche in hitzige Debatten und Experimente einer Differenzierbarkeit von Männer- und FrauenFreundschaften übergingen. Diese Kombination aus einer Stück für Stück einsetzenden Genauigkeit für das Thema und einer permanenten Konfrontation im eigenen Bekannten- und Freundeskreis machte ‚Freundschaft‘ für mich zu viel mehr als lediglich dem Thema meiner Dissertation. Wenn ich am Anfang beinahe davon ausging, dass ich auf Grund der immer komplexer werdenden Freundschaftsansprüche zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieser Arbeit wohl keine Freundinnen und Freunde mehr hätte, hat sich diese teils ernsthafte, teils spaßeshalber formulierte Angst zum Glück nicht bewahrheitet. Dafür sei hier schließlich meinen Freundinnen und Freunden noch einmal gedankt!

Methodenbeispiel aus der Liste „Redaktionelle Texte“ zur Erfassung von Textbildern

Sprachliche Freundschaftsbilder in der Freundin (Auszug)

Heft	Seite	Textzitat	Ressort
11/05	5	Streitfall: Soll man zu Freunden immer ehrlich sein?	inhalt
	112	Eines vorweg: Ich belüge meine Freunde nicht! Aber ich meine, dass man nicht immer gnadenlos die Wahrheit heraustrompeten sollte, weil sie sehr verletzend sein kann.	journal modernes leben
	112	Ich finde, es gibt tagtäglich allein im Job genug Situationen, in denen man sich diplomatisch verhalten muss. [...] Nur, meiner Meinung nach ist irgendwann Schluss [...] Muss ich mühsam nach Worten suchen, wenn mich die schlechten Essmanieren meiner Freundin schlicht nerven? Tue ich ihr nicht einen viel größeren Gefallen, wenn ich ihr die Wahrheit sage [...]? Wo ist Platz für Wahrheit, wenn nicht bei den engsten Freunden? [...] Petra würde sowieso merken, dass ich ihn nicht mag – und mir genau das irgendwann vorhalten. Dann doch lieber gleich und direkt. Das ist meiner Meinung nach die wesentlich entspanntere Variante für Freundschaften.	journal modernes leben
	220	Sie suchen eine Freundin zum Quatschen, Shoppen ...? Wollen Ihren Bekanntenkreis erweitern? Vielleicht sind Sie in eine neue Stadt gezogen und kennen noch niemanden?	exklusiv kontakt
	240	Egal ob viele oder wenige Geschenke zum Geburtstag: Sie stellen fest, wie gut Ihre Freunde Sie kennen.	horoskop
	240	Konkurrenz belebt Ihren Sportgeist. Nehmen Sie eine fitte Freundin als Vorbild, und schon klappt's mit der Disziplin.	horoskop
12 / 05	7	Man fühlt sich geschmeichelt und ignoriert die Nörgler unter den Freunden [...].	editorial
	100	[...] ein toller Auslands-Job mit besten Konditionen. Aber alles aufgeben, Freunde, Familie, gewohntes Umfeld?	journal modernes leben
	101	„Aussehen, Mimik, Gestik werden unbewusst als Informationen aufgenommen und ausgewertet [...].“ Und eine Fähigkeit, die uns die Evolution beigebracht hat, um schnell zwischen „Freund“ oder „Feind“ zu unterscheiden. Schärfen kann man sie, indem man auf Partys versucht, die Lebensumstände der Gäste zu erraten [...].	journal modernes leben
	201	„Sie ist meine beste Freundin und kennt die besten Schönheitstricks.“ Wenn eine Frau so über ihre Mutter spricht, ist das ein Riesenkompiment [...].	exklusiv Gewinnspiel
	203	Ganz gleich, ob sie inhouse Ihren Geburtstag zelebrieren, ein Gartenfest planen oder einfach nur so mit Freunden abfeiern wollen – granini richtet Ihre Sommerfete [...] für ca. 25 Personen aus.	exklusiv Gewinnspiel

13 / 05	226	Für ihn sind Sie nur eine gute Freundin? Zeigen Sie ihm, was unter guten Freunden so alles möglich ist, vielleicht bekommt er ja Lust auf mehr.	horoskop
	226	Trainieren Sie mit Freunden, das geht im Moment einfacher.	horoskop
	94	[...] hält sich ein weiterer moderner Mythos ziemlich hartnäckig. Er lautet: Singles können auf Hochzeiten von Freunden ihren Traumpartner kennen lernen.	kolumne
	123	Meine Freundin Katharina hatte den Appetizer heldenhaft [...] aus dem Restaurant [...] geholt. Sie weiß, dass eine hungrige Freundin nicht unbedingt eine gute ist.	reise
	128	Beispiel: Der Spätsommer 1997, als meine Freundin Saskia und ich nach bestandenen Uni-Abschluss mit einem Mietwagen wochenlang durch Portugal kurvten. [...] Ich (Nichtraucher!) mit einer Zigarette auf dem Beifahrersitz [...] – mein Marlboro-(light)-Country! Eine endlose Allee aus Pinien [...]; die weißen Kerne sammeln wir als Knabbersnack für die Autofahrt. Feldarbeiter [...] die uns ihre Honigmelonen partout nicht verkauften, sondern schenken wollen. Siesta im Schatten von Korkeichen [...]. Ein cremig-heißer [...] portugiesischer Milchkaffee. [...] Duftende Eukalyptuswälder [...], die wir auf einem Ausritt durchstreifen.	reise
	176	Und damit die erste Grillparty des Sommers ein voller Erfolg wird, verlost [...]. Neben den neuesten Kartoffelsalat-Kreationen [...] können Sie Ihre Freunde auch mit dem Genuss-Klassiker [...] verwöhnen.	exklusiv <i>Gewinnspiel</i>
14 / 05	177	Nicht erst seit „Sex and the City“ ein Ritual: mit Freundinnen zusammensitzen und den neuesten Tratsch oder auch kleine Geheimnisse austauschen. Am schönsten und gemütlichsten bei einer Tasse Kaffee. [...] verlost AEG-Elektrolux zwei Kaffee-Vollautomaten der Extraklasse sowie die Broschüre „Ich lad’ dich ein!“ [...]. Neben Tipps, Anregungen und vielen köstlichen Kaffeerezepten aus aller Welt finden Sie dort auch tolle Postkarten, mit denen Sie ganz einfach Ihre Freunde und Freundinnen mal wieder zu einem Kaffee [...] einladen können.	exklusiv <i>Gewinnspiel</i>
	3	Abschied vom Zicken-Theater. Was Frauen sich ganz schnell abgewöhnen sollten	inhalt
	7	„Die Küche ist kein Abenteuerspielplatz“, rief meine Freundin empört, als wir nach dem Kino noch einen Schluck Wein bei ihr trinken wollten und uns an der Haustür schon Brandgeruch entgegenschlug.	editorial
	7	Mein englischer Freund Nic war damals begeisterter Überraschungsgast bei lang geplanten Renommier-Einladungen und schummelte sich meistens als Einkaufshilfe zu diesen Events. [...] Blödmann, aber er hatte Recht.	editorial
	84	Die drei Frauen da drüben sind nur Kolleginnen beim Lunch und keine eingeschworene Freundinnen-Clique. Kein Neid, bitte, auch kein Selbstmitleid, sondern lieber ein Glas Prosecco.	journal modernes leben
	85	Gefährliche Nummern aus allen Telefonen löschen, diese vor dem Ausgehen wegschließen und die Schlüssel der besten Freundin anvertrauen. Hilft garantiert!	journal modernes leben

[...]

Das Freundschaftsbild in der Freundin in Zahlen

1. Die sprachlichen Bilder

	Redaktion		Werbung		Gesamt	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Frauen (meine Freundin, eine Freundin, beste Freundin)	233	51	22	65	255	50
gemischt: Männer und Frauen (mein bester Freund)	50	11	1	3	51	10
nicht näher bestimmt (Clique, Freunde, Freundschaft...)	150	32	11	32	161	31
Männer (seine Freunde, seine Kumpels, etc.)	17	4	0	0	17	3
metaphorisch	9	2	0	0	9	2
freundin (Ressortbezeichnungen, Abowerbung...)					22	4
Gesamt	459	100	34	100	515	100

Untersucht man die ‚freundschaftlichen‘ Sinneinheiten sprachlich, lassen sich zwei Betrachtungsweisen in der Freundin differenzieren: Zwischen wem findet Freundschaft in den Zeitschriftentexten statt und welche Intensitäten dieser Beziehung sind sprachlich abgegrenzt.

Zunächst zur Frage nach den beteiligten Personen. Etwa die Hälfte aller Aussagen in der Freundin handelt von „meiner Freundin“, „einer Freundin“, „meinen Mädels“, „Ihrer besten Freundin“, etc. Ein Drittel der Aussagen bezieht sich auf nicht näher definierte Freundschaftsbeziehungen. Gemeint sind damit Begriffe wie „Clique“, „Freundeskreis“, „meine“ oder „die“ Freunde – also alle Bezeichnungen, die im Plural verwendet keine Rückschlüsse auf das Geschlecht zulassen. Freundschaft zwischen Männern und Frauen wird in etwa einer von zehn Aussagen angesprochen, vor allem wenn eine weibliche Redakteurin von „meinem besten Freund“ schreibt, oder es inhaltlich um die Schwierigkeiten bei zwischengeschlechtlichen Freundschaften geht. Reine Männerfreundschaften kommen nur vereinzelt vor (Vgl. 20/2005, S. 85). Nur neun Beispiele wurden im Untersuchungszeitraum für eine sechste Kategorie gefunden: Diese Aussagen machen sich die positive Konnotation des Themenbereichs „Freundschaft“ im alltäglichen Sprachgebrauch zu Nutze: „Die Couch ist momentan Ihr bester Freund.“ (25/2005, S. 245) oder „Freundschaft mit dem Spiegelbild schließen: [...] Lernen Sie sich als Wunderwerk zu betrachten und, gerade im Vergleich mit vermeintlich Schöneren, über die Vielfältigkeit der Natur zu staunen.“ (1/2006, S. 145) Freundschaft steht in dieser Kategorie metaphorisch für ein positives Verhältnis zu einem Gegenstand, einem Tier oder zur eigenen Person.¹

¹ Als Sinneinheit gilt ein sprachliches ‚Freundschaftsbild‘ (siehe *Methode*). Bilder, die sich wörtlich wiederholen (v.a. im Anzeigenkontext bzw. bei Ressortbezeichnungen) wurden nur einmal gezählt.

Über die Sprache lässt sich nicht nur auf die beteiligten Personen, sondern auch auf einen Ausdruck von Intensität rückschließen. Als engste Vertraute wird in der Freundin die ‚beste‘ Freundin angeführt. Begriffe wie: ‚eine‘ Freundin, meine‘ Freundin, ein ‚guter‘ Freund, etc. deuten auf eine etwas weniger intensive und doch nahe Idee von Freundschaft hin. Sowohl die ‚beste‘ Freundin, als auch ‚meine‘ Freundin unterscheiden sich durch die Zugabe eines Adjektivs oder Pronomens von weniger engen Freundschaften. Den äußeren – und eigentlich kaum nach außen hin abgegrenzten – Bereich bilden jene Benennungen von Menschen, denen man sich unbestimmt freundlich verbunden fühlt. Dazu lassen sich in der Freundin (gute) ‚Kollegen‘ oder ‚Bekannte‘ zählen.

2. Illustrationen und Abbildungen

	Redaktion		Werbung		Gesamt	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
genau zwei Frauen	97	64	29	64	126	64
mehr als 2 Frauen	13	8	10	22	23	12
Frau(en) und Mann(er) gemischt	39	26	3	7	42	21
nur Männer	3	2	3	7	6	3
Gesamt	152	100	45	100	197	100

Wie die sprachlichen Sinneinheiten können auch die Abbildungen auf ihre Darsteller und Darstellerinnen untersucht werden. Drei Viertel von insgesamt 197 Freundschaftsbildern zeigen Bilderfreundinnen. Nimmt man die Bilderserien *unter freundinnen* weg, gilt die Aussage immer noch für mehr als 60 Prozent aller Bilder, wobei in jedem Fall der Schwerpunkt auf der Darstellung von genau zwei Frauen liegt. Jedes fünfte Bild zeigt gemischte Freundschaftsgruppen, sechs Fotos im gesamten Sample zeigen ausdrücklich MännerFreundschaften.¹ Betrachtet man Anzeigen- und redaktionelle Bilder getrennt, lässt sich festhalten, dass die prozentuellen Verteilungen sowohl im redaktionellen als auch im Anzeigenbereich abgesehen von Abbildung von zwei Frauen sichtbar variieren. In der Werbung wird im Verhältnis gesehen öfter auf die Abbildung von mehr als zwei Frauen zurückgegriffen als im redaktionellen Bereich, hier arbeitet in etwa jedes fünfte Bild (22 Prozent) mit der Darstellung von mehr als zwei Bilderfreundinnen, während im redaktionellen Bereich nur 8 Prozent auf diese Darstellungsweise zurückgreifen. Außerdem sind vier der fünf männlichen Bilderfreundschaften im Anzeigenbereich zu finden.

¹ Mehrfach vorkommende Bilder sind nur einmal berücksichtigt, dasselbe gilt für wiederkehrende Layoutelemente, wie *Tipp unter Freundinnen*. Die Fotoserie mit je drei Abbildungen bei *unter freundinnen* ist in der Gesamtheit von 152 Bildern nicht berücksichtigt. Nimmt man diese Bilder ins Sample auf, ergibt sich eine Grundgesamtheit von 197 Bildern, wobei es sich bei allen Bildern der Serie *unter freundinnen* um die Darstellung von jeweils genau zwei Frauen handelt.

Reichweite lt. Media-Analyse - Vergleich MA 2009 Pressemedien II und 2006 Pressemedien I¹

Vierzehntägige Frauenzeitschriften (Ausschnitt)

	Gesamt						Frauen					
	RW (%) 09 PRESSE II	RW (%) 06 PRESSE I	Index	RW (Mio) 09 PRESSE II	RW (Mio) 06 PRESSE I	Veränderung (Mio)	RW (%) 09 PRESSE II	RW (%) 06 PRESSE I	Index	RW (Mio) 09 PRESSE II	RW (Mio) 06 PRESSE I	Veränderung (Mio)
Gesamt	100	100	100	64,82	64,89	-0,07	100	100	100	33,35	33,71	-0,36
Brigitte	5,3	5,8	91	3,41	3,76	-0,35	9,6	10,3	94	3,21	3,46	-0,26
freundin	3,5	4,6	76	2,25	2,97	-0,72	6,3	8,3	76	2,12	2,81	-0,70
FÜR SIE	3,1	4,2	74	2,02	2,72	-0,71	5,8	7,4	78	1,92	2,50	-0,58

Die **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma)** wurde 1954 gegründet. Sie ist eine Non-Profit-Organisation und der Rechtsform nach ein eingetragener Verein. Durch die „ma“ (Media-Analyse) wird das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland abgebildet.² Die Ergebnisse stehen nur Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft zur Verfügung, Anzeigenabteilungen von Verlagen wie Burda Community Network bieten Auswertungen online an.³

Die oben angeführte Tabelle entspricht einem Ausschnitt aus dem Reichweitenvergleich zwischen den Daten der Media-Analyse 2009 (2. Welle) und der Media-Analyse 2006 (1. Welle). Verglichen sind die Reichweiten für die Gesamtbevölkerung Deutschlands (links) und Frauen (rechts) für die drei stärksten Vierzehntägigen Frauenzeitschriften: *Brigitte*, *freundin* und *Für Sie*. In Österreich wurde die *freundin* 2004 zum letzten Mal in die Untersuchung aufgenommen. Damals belegte sie hinter *Woman*, *Wienerin*, *Welt der Frau* und *Eltern* Platz fünf.⁴

¹ Burda Community Network GmbH / Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (ag.ma). Vgl. <http://ma.bik-gmbh.de/burda/rw/0eg06?VV=0&ZG1=0&ZG2=9> vom 4. August 2009.

² Vgl. http://www.agma-mmcc.de/01_profil/kurzportraet_agma.asp?subnav=250&topnav=8, vom 4. August 2009.

³ Vgl. <http://www.burda-community-network.com/de/news/analysis.html>, vom 4. August 2009.

⁴ Vgl. <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=2004&title=Frauenmagazine&subtitle=Total>, vom 8. August 2009.

Auflagenhöhe lt. IVW - Vergleich IVW 2006, 2007, 2008 und 2009 (jeweils 2. Quartal)

freundin (Ausschnitt)

	2/2006	2/2007	2/2008	2/2009
Verbreitung	549.838	552.192	552.641	519.843
Verkauf	544.373	545.770	546.556	513.912
Abo	115.591	106.302	95.728	94.329
Druckauflage	702.417	686.749	689.320	656.177
Verbreitung (Ausland)	41.291	40.108	34.991	31.756
Verkauf (Ausland)	40.888	39.661	34.549	31.337
Abonnement (Ausland)	3.601	6.836	4.324	3.158

Die **Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)** ermittelt seit 1949 neutral die Verbreitung von Werbeträgern für Verbraucher, professionelle Werbetreibende und für den Leistungswettbewerb der Medien untereinander. Im Bereich der periodisch erscheinenden Presseerzeugnissen ermittelt, publiziert und kontrolliert die IVW die Auflagenhöhe.¹ Die Zahlen sind online als Quartals- und Heftauflagen abfragbar. Unter den Publikumszeitschriften mit nationaler Verbreitung wird die freundin unter „14tägliche Frauenzeitschriften“² angeführt.

Die Tabelle zeigt einen Vergleich der Auflagenhöhe der freundin von 2006 bis 2009 (jeweils 2. Quartal), erhoben für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland.³

¹ Vgl. <http://www.ivw.eu/index.php?menuid=8>, vom 4. August 2009.

² <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1141&u=&p=&t=Publikumszeitschriften+mit+nationaler+Verbreitung>, vom 4. August 2009.

³ Vgl. <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>, vom 4. August 2009.

12. Verzeichnisse

12.1. Literatur

Adorno, Theodor W.: Noten zur Literatur I. Frankfurt am Main 1958.

Aelred von Rieval: Freundschaft mit Gott. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 67-82.

Althans, Birgit: Der Klatsch, die Frauen und das Sprechen bei der Arbeit. Frankfurt am Main 2000, S. 80-82.

Argyle, Michael: Körpersprache & Kommunikation. Das Handbuch zur nonverbalen Kommunikation. Paderborn 2005⁹.

Aristoteles: Formen der Freundschaft und Glücksseeligkeit. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 29-54.

Auhagen, Ann Elisabeth: Freundschaft im Alltag. Eine Untersuchung mit dem Doppeltagebuch. Bern u. a. 1991.

Auhagen, Ann Elisabeth und Maria von Salisch (Hg.): Zwischenmenschliche Beziehungen. Göttingen u. a. 1993.

Ayaß, Ruth: Gender Studies. In: Ayaß, Ruth und Jörg R. Bergmann. Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbeck bei Hamburg 2006, S. 406-422.

Bänninger-Huber, Eva: Mimik – Übertragung – Interaktion. Die Untersuchung affektiver Prozesse in der Psychotherapie. Bern 1996.

Bär, Peter: Über den Umgang mit Bildern und die „Schweizer Illustrierte“ als Quellenbasis. In: Di Falco, Daniel u. a. (Hg.): Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt. Bern 2002, S. 16-22.

Barghop, Dirk: Schwierige Kommunikation: Gabentausch im frühen Prinzipat. Senecas „De beneficiis“ und die „Therapie“ der Patronage. In: Dülmen, Richard van u. a. (Hg.): Neue Blicke. Historische Anthropologien in der Praxis. Wien. u. a. 1997, S. 51-70.

Barthes, Roland: Einführung in die strukturelle Analyse von Erzählungen. In: Bisanz, Elize (Hg.): Kulturwissenschaft und Zeichentheorien. Zur Synthese von Theoria, Praxis und Poesis (= Methoden der Kulturwissenschaft, Bd. 1). Münster 2004, S. 101-134.

Bausinger, Hermann: Lachkultur. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 9-23.

Bausinger, Hermann: Typisch deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? München 2002³.

Becker, Ruth: Raum: Feministische Kritik an Stadt und Raum. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 652-664.

Becker-Cantarino, Barbara: Zur Theorie der literarischen Freundschaft im 18. Jahrhundert am Beispiel der Sophie La Roche. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Cantarino: Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft. Literarische Diskurse im 18. Jahrhundert. Tübingen 1991, S. 47-74.

Belting, Hans: Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München 2001.

Benthien, Claudia: Haut. Literaturgeschichte – Körperbilder – Grenzdiskurse. Reinbeck bei Hamburg 1999.

Benthien, Claudia: Zwiespältige Zungen. Der Kampf um Lust und Macht im oralen Raum. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 104-132.

Bernhard, Ulrich: Blickverhalten und Gedächtnisleistung beim visuellen Werbekontakt. Unter besonderer Berücksichtigung von Platzierungseffekten. Frankfurt am Main 1978. Zitiert nach: Kroeber-Riehl: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. München 1996, S. 61.

Bisanz, Elize (Hg.): Kulturwissenschaft und Zeichentheorien. Zur Synthese von Theoria, Praxis und Poiesis (= Methoden der Kulturwissenschaft, Bd. 1). Münster 2004.

Blumesberger, Susanne: Die Darstellung der Familie in den Frauenzeitschriften. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Petra, Wienerin, Freundin und Brigitte in den Jahren 1970-1990. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 1994.

Böhler, Arno: Unterwegs zu einer Sprache der Freundschaft. DisTansen: Nietzsche – Deleuze – Derrida. Wien 2000.

Böhme, Gernot: Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik (= edition surkamp 1927, Neue Folge Bd. 927). Frankfurt am Main 1995.

Bovenschen, Silvia: Ach wie schön. Ein Kapitel über Freundschaft und idiosynkratische Befremdungen mit einem Exkurs über ein Stück von Nathalie Sarraute. In: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 33-47.

Breitenbach, Eva: Mädchenfreundschaften in der Adoleszenz. Eine fallrekonstruktive Untersuchung von Gleichaltrigengruppen. Opladen 2000.

Bringéus, Arvid: Volkstümliche Bilderkunde. München 1982.

Bruce-Mitford, Miranda: Zeichen & Symbole. Die verborgene Botschaft der Bilder. Stuttgart u. a. 1997.

Büttner, Frank und Andrea Gottdang: Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten. München 2006.

Cicero: Freundschaft und Wohlwollen. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 55-66.

Czerwenka-Wenkenstetten, Fabienne: Selbstbild und Freundschaft bei Jungen und Mädchen im Jugendalter. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 1998.

Diaconu, Mădălina: Tasten – Riechen – Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne (= Orbis Phaenomenologicus, Bd. 12). Würzburg 2005.

Di Falco, Daniel: Wollen und Sollen der „Bilder vom besseren Leben“. In: Di Falco, Daniel u. a. (Hg.): Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt. Bern 2002, S. 23-27.

Dülmen, Richard van: Poesie des Lebens. Eine Kulturgeschichte der deutschen Romantik 1795-1820 (= Lebenswelten, Bd. 1). Köln u. a. 2002.

Eberhard, Hans-Joachim und Arnold Krost: Freundschaften im gesellschaftlichen Wandel. Eine qualitativ-psychoanalytische Untersuchung mittels Gruppendiskussionen. Wiesbaden 2004. S. 47.

Eckes, Thomas: Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 165-176.

Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000².

Eickels, Klaus van: Freundschaft im (spät)mittelalterlichen Europa: Traditionen, Befunde und Perspektiven. In: Oschema, Klaus (Hg.): Freundschaft oder „amitié“? Ein politisch-soziales Konzept der Vormoderne im zwischensprachlichen Vergleich (15.-17. Jahrhundert) (= Zeitschrift für historische Forschung, Beiheft 40). Berlin 2007, S. 23-34.

Ellinger, Brigitte: Das biedermeierliche Familienporträt im Freien. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2004,

Flach, Sabine: Das Auge. Motiv und Selbstthematisierung des Sehens in der Kunst der Moderne. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 49-65.

Flaig, Egon: Zwingende Gesten in der römischen Politik. In: Dülmen, Richard van u. a. (Hg.): Neue Blicke. Historische Anthropologien in der Praxis. Wien. u. a. 1997, S. 33-50

Frey Steffen, Therese: Gender (= Grundwissen Philosophie). Leipzig 2006.

Garnier, Claudia: Politik und Freundschaft im spätmittelalterlichen Reich. In: Oschema, Klaus (Hg.): Freundschaft oder „amitié“? Ein politisch-soziales Konzept der Vormoderne im zwischensprachlichen Vergleich (15.-17. Jahrhundert) (= Zeitschrift für historische Forschung, Beiheft 40). Berlin 2007, S. 35-65.

Georg, Martina und Christine Woratz: Freundinnen unter sich. Streifzug durch eine weibliche Welt. Bern u. a. 1996.

Gyr, Ueli: Kitschbilder? Bilderkitsch? Gedanken zur Bildsteuerung im Kitsch. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 357-365.

Haake, Wilmont: Die Zeitschrift – Schrift der Zeit. Essen 1991, o. S. Zitiert nach:
Blumesberger, Susanne: Die Darstellung der Familie, S. 1.

Hägele, Ulrich: Visuelle Kultur? Thesen zum erweiteren Fachverständnis bildmedialer Forschung. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 375-388.

Hahn, Jutta: Strategien für Begehrlichkeiten – Eindeutiges und Uneindeutiges in den Körperpräsentationen der Werbung. In: Ritter, Heidi (Hg.): Körpersprache und Körperwahrnehmung im Geschlechterdiskurs. Frankfurt am Main 2004, S. 131-156.

Helmbold, Ute: Bilder lesen lernen. In: Scholz, Martin (Hg.): Bilder lesen lernen. Wie werden Bilder rezipiert? (= Bildwissenschaft, Bd. 16). Wiesbaden 2005, S. 13-34.

Hermans, Jost: Freundschaft. Zur Geschichte einer sozialen Bindung. Köln 2006.

Himberg, Kay: Phantasmen der Nase. Literarische Anthropologie eines hervorstechenden Organs. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 84-103.

Höhne, Thomas: Thematische Diskursanalyse – Der Migrantendiskurs im Schulbuch. In: Keller, Reiner u. a. (Hg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 2: Forschungspraxis. Wiesbaden 2004², S. 389-420.

Hörmberg, Walter und Christoph Neuberger: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt 1995.

Hörning, Karl H. und Julia Reuter: Doing Material Culture. Soziale Praxis als Ausgangspunkt einer ‚realistischen‘ Kulturanalyse. In: Hepp, Andreas und Rainer Winter (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2006, S. 109-123.

Huber, Michaela und Inge Rehling: Dein ist mein halbes Herz. Was Freundinnen einander bedeuten. Frankfurt am Main 1989.

Hügel, Hans-Otto: Unterhaltung durch Literatur: Kritik, Geschichte, Lesevergnügen. Unterhaltungsliteratur gibt es nicht: Fragestellung und vorläufige Orientierung. In: Keck, Rudolf W. und Walter Thissen (Hg.): Medien zwischen Kultur und Kult. Zur Bedeutung der Medien in Kultur und Bildung. Zum 65. Geburtstag von Heribert Heinrichs. Bad Heilbrunn/Obb. 1987, S. 95-111.

Hügel, Hans-Otto: Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie. In: montage/av 2, 1 (1993), S. 119-141.

Hügel, Hans-Otto: Unterhaltung. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 73-82.

Hyatte, Reginald: The arts of friendship. The Idealization of Friendship in Medieval and Early Renaissance Literature (= Brill's Studies in intellectual History, Vol. 50). Leiden 1994.

Illouz, Eva: Gefühle im Zeitalter des Kapitalismus. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2004. Frankfurt am Main 2006.

Jahn, Jutta: Strategien für Begehrlichkeit – Eindeutiges und Uneindeutiges in der Körperpräsentationen der Werbung. In: Ritter, Heidi (Hg.): Körpersprache und Körperwahrnehmung im Geschlechterdiskurs. Frankfurt am Main u. a. 2004, S. 131-156.

Jaumeandreu, Raimon Graja: Freundschaft, Liebe, Sympathie. Soziale Kompetenz im Alltag. Bern u. a. 1999.

Jütte, Robert: Geschichte der Sinne. Von der Antike bis zum Cyberspace. München 2000.

Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 2003².

Kast, Verena: Die beste Freundin. Was Frauen aneinander haben. Stuttgart 1992.

Kaufmann, Jean-Claude: Singlefrau und Märchenprinz. Über die Einsamkeit moderner Frauen (= édition discours. Klassische und zeitgenössische Texte der französischen Humanwissenschaften, Bd. 26). Konstanz 2002.

Kaufmann, Jean-Claude: Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen. Konstanz 2006.

Keddi, Barbara: Junge Frauen: Vom doppelten Lebensentwurf zum biografischen Projekt. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 378-383.

Kiener, Franz: Hand, Gebärde und Charakter. Ein Beitrag zur Ausdruckskunde der Hand und ihrer Gebärden. München 1962.

Kirkegaard, Sören: Freundschaft und das Ethische. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 138-146.

Knieper, Thomas: Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplin, Themen, Methoden. Frankfurt am Main 2005, S. 37-51.

Knigge, Adolph Freiherr von: Über den Umgang unter Freunden. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 118-126.

Klaus, Elisabeth und Jutta Röser: Zur Geschlechtsstruktur des Fernsehens. In: Hömberg, Walter und Heinz Pürer (Hg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz 1996, S. 278-302.

Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“. Eine diskursanalytische Untersuchung. Diplomarbeit Universität Wien, Wien 1990.

Köck, Christoph: Winterfest. Zur komplementären Gestaltung von Jahreszeiten in städtischen und ländlichen Umwelten. In: Lauterbach, Burkhardt und Christoph Köck (Hg.):

Volkskundliche Fallstudien. Profile empirischer Kulturforschung heute (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 22). München 1998, S. 187-209 .

Köck, Christoph: Bilderbuch-Natur und verrückte Natur. Strategien und Konsequenzen der kulturellen Gestaltung von Jahreszeiten. In: Brednich, Rolf Wilhelm u. a. (Hg.): Natur – Kultur. Volkskundliche Perspektiven auf Mensch und Umwelt. 32. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Halle vom 27.9. bis 1.10.1999. Münster 2001, S. 91-106.

Köck, Christoph: Bilderfolgen. Wahrnehmungswandel im Wirkungsfeld Neuer Medien. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 199-209.

Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: Müller, Siegfried u. a. (Hg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995.

Kotthoff, Helga: Von gackernde Hühnern und röhrenden Hirschen. Zur Geschlechterspezifität von Humor, Witz und Gelächter. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 192-210.

Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. München 1996.

Kroeber-Riel, Werner und Esch Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze (= Kohlhammer Edition Marketing). Stuttgart 2004⁶.

Kronsteiner, Silvia: Die Konstruktion von Werbeträgern und Testimonials am Beispiel Taxi-Orange. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2004.

Krüger, Wolfgang: Das schwierige Glück der Freundschaft. Wie man Freunde fürs Leben gewinnt. München 1992.

Kurzenberger, Hajo: Theatralität. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 451-457.

Lauterbach, Burkhard: Exakt lesen lernen...Fotografieanalytische Anleitungsmodelle in der Kritik. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 311-325.

Lawrenz, Birgit: Frauenzeitschriften und deren Leserinnen. Diplomarbeit Fernuniversität Hagen. Leipzig 2004.

Le Goff, Jacques: Das Lachen im Mittelalter. Stuttgart 2004.

Lehmann, Albrecht: Bilder als Vorbild. Zur Ikonologie des „landschaftlichen Auges“. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkswissenschaftlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 157-168.

Leimgruber, Walter: Die visuelle Darstellung des menschlichen Körpers. Gesellschaftliche Aus- und Eingrenzungen in der Fotografie. In: Gerndt, Helge und Michaela Haibl (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 213-232.

Lemke, Harald. Freundschaft. Ein philosophischer Essay. Darmstadt 2000.

Lempp, Reinhard: Das Lachen des Kindes. Das Lachen in der psychischen Entwicklung. In: Vogel, Thomas (Hg.): Vom Lachen. Einem Phänomen auf der Spur. Tübingen 1992, S. 79-92.

Leuschner, Vincenz: „Politische Freundschaften“ – Informelle, persönliche Beziehungen politischer Führungsgruppen zwischen privater und öffentlicher Sphäre. Zitiert nach: <http://www.oegpw.at/tagung06>, vom 4. Juni 2007.

Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik. Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven 5/1982, S. 336-348.

Lowry, Stephen: Stars. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S.441-445.

Maase, Kaspar: Massenkultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S.48-56.

Mahmutovic, Almina: Das Rollenbild vom Mann und Frau in der Anzeigenwerbung. – Eine inhaltsanalytische Untersuchung anhand ausgewählter Werbeanzeigen der Zeitschriften Wienerin, Wiener, News und Stern. Diplomarbeit, Universität Wien. Wien 2005.

Majdan, Ulrike: Über die Freundschaft. Diplomarbeit, Universität Wien, Wien 2004.

Mathy, Dietrich: Kitsch. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart 2003, S. 281-284.

Mattenklott, Gert: Gehörgänge. Erkennen durch die Stimme. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 66-84.

Mattenklott, Gundel: Berührend berührt. Die Ästhetik des Tastsinns. In: Universitas 52 (1997), S. 1050-1064.

Mayring, Philipp und Alfred Hurst: Qualitative Inhaltsanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wagner (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz 2005, S. 436-444.

Mayr-Kleffel, Verena: Netzwerkforschung: Analyse von Beziehungskonstellationen. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 304-310.

Meyer-Krentler, Eckhardt: Freundschaft im 18. Jahrhundert. Zur Einführung in die Forschungsdiskussion. In: Mauser, Wolfram und Barbara Becker-Canterino (Hg.): Frauenfreundschaft – Männerfreundschaft. Literarische Diskurse im 18. Jahrhundert. Tübingen 1991, S. 1-22.

Mikos, Lothar: Film-, Fernseh-, und Fotoanalyse. In: Mikos, Lothar und Claudia Wegener (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz 2005, S. 458-465.

Mikunda, Christian: Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Handbuch für Film und Fernsehen. München 1986.

Montaigne, Michel de: Über die Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 83-97.

Mutschelknaus, Katja: Aber bitte mit Sahne. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 6-14.

Mutschelknaus, Katja: Die Geschichte des Kaffees ist auch eine Geschichte des Klatsches. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 15-35.

Mutschelknaus, Katja: Gemütlicher Kaffeeklatsch. In: Mutschelknaus, Katja (Red.): Kaffeeklatsch. Ulm 1998, S. 57-63.

Niefanger, Susanne: Schreibstrategien in Moralischen Wochenschriften. Formalistische, pragmatische und rhetorische Untersuchungen am Beispiel von Gottscheds „Vernünftigen Tadeln“. Tübingen 1997.

Nordhoff, Inge: Die Kunst Freunde zu finden. Der sichere Weg, Freundschaften zu schließen und zu pflegen. Vertrauen finden, Unterstützung geben, beliebt und einflussreich sein. München 1996.

Nötzoldt-Linden, Ursula: Freundschaftsmuster. Studien zur Soziologie weiblicher Solidarität. In: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 105-120.

Nunner-Winkler, Gertrud: Weibliche Moral: Geschlechterdifferenzen im Moralverständnis. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 78-84.

Overdick, Thomas: Der volkskundliche „Klick“. Überlegungen zu einer visuellen Ethnographie. In: vokus. Heft 2/ 2002. Zitiert nach: <http://www.kultur.uni-hamburg.de/volkskunde/Texte/Vokus/2002-22/klick.html>, vom 22. April 2008.

Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem 1 (= DuMont-Taschenbücher, Bd. 83). Köln 1984, S. 207-225.

Pazzini, Karl-Josef: Haut. Berührungssehnsucht und Juckreiz. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 153-173.

Ponweiser, Christian: Das Plakat als Werbemittel. Gestaltung, Rezeption und Wirkung anhand ausgewählter Beispiele. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2003.

Rebel, Günter: Mehr Ausstrahlung durch Körpersprache. Überzeugend auftreten – mehr Erfolg privat und im Beruf. München 2000⁴.

Reese, Dagmar: Jenseits der Ordnung der Geschlechter. Gefährten, Kameraden, Partner. In: Klotter, Christoph (Hg.): Liebesvorstellungen im 20. Jahrhundert. Die Individualisierung der Liebe. Bonn 1999.

Rehberg, Karl-Siegbert: Institutionelle Ordnungen zwischen Ritual und Ritualisierung. In: Christoph Wulf und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals. Inszenierungen. Praktiken. Symbole. München 2004, S. 247-265.

Reichmann, Barbara: Gerüche als Kommunikation. Dissertation Universität Wien. Wien 1997.

Röser, Jutta: Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel. Opladen 1992.

Sachs-Hombach, Klaus: Konzeptionelle Rahmenbedingungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplin, Themen, Methoden. Frankfurt am Main 2005, S. 11-20.

Schändlinger, Robert: Visuelle Ethnografie. In: Ayaß, Ruth und Jörg R. Bergmann (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek bei Hamburg 2006, S. 350-380.

Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel. Die Neupositionierung des Nachrichtenmagazins *profil* innerhalb der österreichischen Medienlandschaft. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2000.

Scheibenreif, Claudia: Freundinnen. Zur Bedeutung von Mädchenfreundschaften in der Adoleszenz. Dissertation, Universität Wien, Wien 1996.

Schilcher, Anita: Geschlechterrollen, Familie, Freundschaft und Liebe in der Kinderliteratur der 90er Jahre. Studien zum Verhältnis von Normativität und Normalität im Kinderbuch und zur Methodik der Werteerziehung (= Kinder- und Jugendkultur, -literatur und -medien. Theorie – Geschichte – Didaktik, Bd. 15). Frankfurt am Main 2001 (zugleich Dissertation, Universität Passau 2001).

Schivelbusch, Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel. Frankfurt am Main u. a. 1983.

Schmerl, Christiane: Das Frauen- und Mädchenbild in den Medien (= Alltag und Biografie von Mädchen, Bd. 5). Opladen 1984.

Schmerl, Christiane: Werbung auf den Trampelpfaden des Patriachats. In: Schmerl, Christiane: Frauenfeindliche Werbung. Sexismus als heimlicher Lehrplan. Reinbek bei Hamburg 1983, S. 13-29, hier S. 14. Zitiert nach: Klausberger, Claudia: Die Textsorte „Ratgeber fürs Leben“. Eine diskursanalytische Untersuchung. Diplomarbeit Universität Wien, Wien 1990, S. 78.

Schmidtke, Adrian: Körperformationen. Fotoanalysen zur Formierung und Disziplinierung des Körpers in der Erziehung des Nationalsozialismus (= Internationale Hochschulschriften, Bd. 483). Münster 2007.

Schneider, Rolf Michael: Nachwort. In: Le Goff, Jaques: Das Lachen im Mittelalter. Stuttgart 2004, S. 79-123.

Schopenhauer, Arthur: Freundschaft und Egoismus. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 2000², S. 147-149.

Schwarz, Aljoscha A. und Ronald P. Schweppe: Das Lexikon der Körpersprache. Rastatt 1998.

Severin, Karl: Verschiedene Arten der Geschlechterdarstellung in der Werbung. Diplomarbeit Universität Wien. Wien 2002.

Simmel, Georg: Soziologie der Freundschaft. In: Eichler, Klaus-Dieter (Hg.): Philosophie der Freundschaft (= Reclam Bibliothek Bd. 1669). Leipzig 1999, S. 160-170.

Soeffner, Hans-Georg: Überlegungen zur Soziologie des Symbols und des Rituals. In: Wulf, Christoph und Jörg Zirfas (Hg.): Die Kultur des Rituals. Inszenierungen. Praktiken. Symbole. München 2004, S. 149-175.

Soeffner, Hans-Georg: Zeitbilder. Versuche über Glück, Lebensstil, Gewalt und Schuld. Frankfurt/New York 2005.

Tenbruck, Friedrich H.: Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft. Der Fall der Moderne. Opladen 1989.

Timm, Elisabeth: Ausgrenzung mit Stil. Über den heutigen Umgang mit Benimmregeln. Münster 2001 (zugleich Dissertation, Universität Tübingen 2000).

Ueding, Gert: Rhetorik des Lächerlichen. In: Fietz, Lothar u. a. (Hg.): Semiotik, Rhetorik und Soziologie des Lachens. Vergleichende Studien zum Funktionswandel des Lachens vom Mittelalter zur Gegenwart. Tübingen 1996.

Villa, Paula-Irene: (De)Konstruktion und Diskurs-Genealogie: Zur Position und Rezeption von Judith Butler. In: Becker, Ruth und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie (= Geschlecht & Gesellschaft, Bd. 35). Wiesbaden 2004, S. 141-152.

Welsch, Wolfgang: Auf dem Weg zu einer Kultur des Hörens?. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 87-103.

Weltzien, Friedrich: Der Rücken als Ansichtsseite. Zur ‚Ganzheit‘ des geteilten Körpers. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 439-460.

Werz, Sabine: Beste Freundin, beste Feindin. Ein Zickengesang auf die Frauenfreundschaft. München 1998.

Wiling, Susanne: Sibylla Mertens-Schaaffhausen – ein Leben für die Kunst, Archäologie und Freundschaft. In: „Romantik, Reisen, Realitäten. Frauenleben am Rhein“.

Ausstellungskatalog zur Ausstellung „Romantik, Reisen, Realitäten. Frauenleben am Rhein“, vom 1. September bis 31. Dezember 2002 im FrauenMuseum Bonn, S. 48-51.

Wimmer, Michael: Zur Anatomie des „dritten“ Ohres. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 72-86.

Wolf, Christoph: Gleich und gleich gesellt sich. Individuelle und strukturelle Einflüsse auf die Entstehung von Freundschaften. Hamburg 1996 (zugleich Dissertation, Universität Köln 1995).

Wulf, Christoph: Das mimetische Ohr. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie. Band 2/1993/Heft 2 (Das Ohr als Erkenntnisorgan), S. 9-14.

Wulf, Christoph: Magen. Libido und Communitas – Gastrolatrie und Askese. In: Benthien, Claudia und Christoph Wulf (Hg.): Körperteile. Eine kulturelle Anatomie. Hamburg 2001, S. 193-207.

Wulf, Christoph: Rituelles Handeln als mimetisches Wissen. In: Wulf, Christoph u. a. (Hg.): Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften. Opladen 2001, S. 325-338.

12.2. Quellen

(in chronologisch absteigender Reihenfolge)

„Viel versprechender Ausweg“. Der Philosoph Harald Lemke hält die Freundschaft für einen idealen Ersatz von Ehe und Familie. In: Focus Nr. 6, 2001. Zitiert nach: http://www.focus.de/kultur/leben/modernes-leben-viel-versprechender-ausweg_aid_188763.html, vom 15. August 2009

Schreiben für die Zeitung – Arbeitsbögen. Zitiert nach: http://www.fr-online.de/_img/_cnt/_online/fr2_08_2_schreiben_ab.pdf?sid=a9b2d36802db66edbe613fdfb347717, vom 3. März 2009.

Kummer, Christa: Vorsicht Mai! Legenden der Leidenschaft. Frühlingsgefühle, Hormone, Hochzeitsglocken und Eisheilige. Der Wonnemonat hat es in sich... In: VorMagazin, 5/08, S. 96.

Röbke, Thomas: „Die Magie der Schlank-Suppen“. In: Süddeutsche Zeitung Magazin. Das Frauenheft, 18.4.2008, Nr. 16, S. 28.

Schlaffer, Hannelore: Fasten, joggen, selber nähen. Für die Frauenzeitschrift „Brigitte“ bedeutete Modeberatung immer auch Charakterbildung. Eine deutsche Institution wird 50. In: Die Zeit, 6.5.2004, 20/2004. Zitiert nach: <http://www.zeit.de/2004/20/Brigitte>, vom 20. Februar 2008.

Würdinger, Katharina und Birgit Urbanek (Red.): Die Akte Hicks. In: miss, Juni Nr.6/2008, S. 140f.

Pfeifer, David: Bist du ein guter Freund? In: Neon, 02/07, 2007, S. 46-57.

Du verstehst mich. „Brigitte“, die Mutter aller Frauenzeitschriften wird 50 – und sucht mit fünf Geboten das Gefühl der Leserin. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 83, 8./9. April 2004, S. 18.

freundin. 11/2005 bis 11/2006 (siehe nächste Seite) und 17/2007, 16/2008, 19/2008 (vergleichend).

BCN (Burda Community Network GmbH)

<http://ma.bik-gmbh.de/burda/rw/0eg06?VV=0&ZG1=0&ZG2=9>, vom 4. August 2009.

<http://www.burda-community-network.com/de/news/analysis.html>, vom 4. August 2009.

Basic 2009 (= Marketing-Unterlagen, Burda Community Network GmbH, Standardpräsentation 2009).

<http://www.burda-community-network.de/de/media/freundin.html#nmlinkn999d088e002m002>, vom 30. Juni 2009.

http://www.freundin.de/Leichter-Leben-liebe-psycho_434.html, vom 13. Februar 2009.

<http://www.burda-community-network.de/de/media/freundin.html>, vom 14. Februar 2009.

<http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 21. Februar 2008.

<http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html>, vom 17. April 2007.

Marketing-Unterlagen, Burda Community Network GmbH, Standardpräsentation 2006.

IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.)

<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=2&u=&p=&detail=true>, vom 5. August 2009.

<http://www.ivw.eu/index.php?menuid=8>, vom 4. August 2009.

<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1141&u=&p=&t=Publikumszeitschriften+mit+nationaler+Verbreitung>, vom 4. August 2009.

<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>, vom 4. August 2009.

<http://www.ivw.eu>, vom 3. August 2009.

MA (Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.v.)

http://www.agma-mmc.de/01_profil/kurzportraet_agma.asp?subnav=250&topnav=8, vom 4. August 2009.

<http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=2004&title=Frauenmagazine&subtitle=Total>, vom 8. August 2009.

Untersuchungsmaterial - Freundin

Ausgaben 11/2005 bis 11/2006

	Seitenanzahl	Erscheinungsdatum	Verkaufte Auflage ¹
11/2005	242 S.	27. April 2005	506013
12/2005	228 S.	11. Mai 2005	541689
13/2005	200 S.	25. Mai 2005	538718
14/2005	206 S.	8. Juni 2005	525583
16/2005	186 S.	6. Juli 2005	530139
17/2005	182 S.	20. Juli 2005	524268
18/2005	154 S.	3. August 2005	502511
19/2005	166 S.	17. August 2005	488689
20/2005	192 S.	31. August 2005	524282
21/2005	252 S.	14. September 2005	547852
22/2005	264 S.	28. September 2005	688508
24/2005	256 S.	26. Oktober 2005	539808
25/2005	252 S.	9. November 2005	526440
26/2005	250 S.	23. November 2005	564841
1/2006	258 S.	14. Dezember 2005	514508
2/2006	148 S.	31. Dezember 2005	514748
3/2006	182 S.	18. Jänner 2006	498495
4/2006	184 S.	1. Februar 2006	622564
5/2006	210 S.	15. Februar 2006	538147
6/2006	204 S.	1. März 2006	464671
7/2006	266 S.	15. März 2006	560270
8/2006	246 S.	29. März 2006	598198
9/2006	258 S.	12. April 2006	531711
10/2006	238 S.	26. April 2006	529138
11/2006	254 S.	10. Mai 2006	519901

¹ Daten aus der Abschlussmeldung (erfolgt durch den Verlag spätestens 6 Monate nach Angebotsende an die IVW). Zitiert nach: <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=2&u=&p=&detail=true>, vom 5. August 2009.

12.3. Abbildungen

3. Was ist eine Frauenzeitschrift?

- | | | |
|-------|---------|---------------------------|
| S. 40 | Abb. 1 | freundin, 9/2006, S. 43. |
| | Abb. 2 | freundin, 22/2005, S. 54. |
| | Abb. 3 | freundin, 21/2005, S. 12. |
| | Abb. 4 | freundin, 5/2006, S. 20. |
| S. 41 | Abb. 5 | freundin, 20/2005, S. 46. |
| | Abb. 6 | freundin, 21/2005, S. 18. |
| | Abb. 7 | freundin, 1/2006, S. 112. |
| S. 62 | Abb. 8 | freundin, 4/2006, S. 115. |
| | Abb. 9 | freundin, 2/2006, S. 89. |
| | Abb. 10 | freundin, 6/2006, S. 131. |
| | Abb. 11 | freundin, 8/2006, S. 155. |
| S. 64 | Abb. 12 | freundin, 9/2006, S. 163. |
| | Abb. 13 | freundin, 9/2006, S. 164. |
| | Abb. 14 | freundin, 9/2006, S. 164. |

4. Die Blattlinie - Freundin im Jahreslauf

- | | | |
|-------|---------|----------------------------|
| S. 73 | Abb. 15 | freundin, 24/2005, S. 113. |
| | Abb. 16 | freundin, 1/2006, S. 29. |
| | Abb. 17 | freundin, 1/2006, S. 32. |
| | Abb. 18 | freundin, 1/2006, S. 33. |
| S. 74 | Abb. 19 | freundin, 26/2005, S. 26. |
| | Abb. 20 | freundin, 26/2005, S. 30f. |

5. Die Bebilderung der Blattlinie

- | | | |
|-------|---------|---|
| S. 78 | Abb. 21 | freundin, 26/2005, S. 125. ¹ |
| S. 82 | Abb. 22 | freundin, 25/2005, S. 130. |
| | Abb. 23 | freundin, 25/2005, S. 131. |
| | Abb. 24 | freundin, 25/2005, S. 100. |
| | Abb. 25 | freundin, 1/2006, S. 239. |
| S. 83 | Abb. 26 | freundin, 1/2006, S. 254. |
| | Abb. 27 | freundin, 25/2005, S. 84. |
| | Abb. 28 | freundin, 25/2005, S. 89. |
| S. 86 | Abb. 35 | freundin, 7/2006, S. 31. |
| | Abb. 36 | freundin, 22/2005, S. 36. |
| | Abb. 37 | freundin, 1/2006, S. 246. |
| | Abb. 38 | freundin, 12/2005, S. 204. |
| S. 89 | Abb. 39 | freundin, 11/2006, S. 165. |
| | Abb. 40 | freundin, 16/2005, S. 31. |
| | Abb. 41 | freundin, 11/2006, S. 133. |

¹ Um die Bedeutung des Textes für das Bildverständnis zeigen zu können (siehe auch: Abschnitt 3. *Schritt: Das Bild im Kontext*) wurde bei diesem Bild die Schrift aus dem Original entfernt.

- Abb. 42 freundin, 16/2005, S. 28.
- S. 90 Abb. 43 freundin, 25/2005, S. 120.
 Abb. 44 freundin, 7/2006, S. 179.
 Abb. 45 freundin, 11/2005, S. 154.
 Abb. 46 freundin, 26/2005, S. 29.
- S. 93 Abb. 47 freundin, 26/2005, S. 145.
 Abb. 48 freundin, 17/2005, S. 64.
 Abb. 49 freundin, 10/2006, S. 85.
 Abb. 50 freundin, 14/2005, S. 138.
- S. 95 Abb. 51 freundin, 26/2005, S. 125.
- S. 97 Abb. 52 freundin, 11/2005, S. 93.
 Abb. 53 freundin 11/2006, S. 165.

6. Sichtbarkeit und Sinnlichkeit

- S. 103 Abb. 54 freundin, 14/2005, S. 138.
 Abb. 55 freundin, 12/2005, S. 203.
 Abb. 56 freundin, 26/2005, S. 145.
 Abb. 57 freundin, 3/2006, S. 22f.
- S. 104 Abb. 58 freundin, 14/2005, S. 34.
 Abb. 59 freundin, 25/2005, S. 31.
 Abb. 60 freundin, 11/2006, S. 165.
- S. 105 Abb. 61 freundin, 20/2005, S. 16.
 Abb. 62 freundin, 16/2005, S. 15.
- S. 109 Abb. 63 freundin, 7/2006, S. 34.
 Abb. 64 freundin, 21/2005, S. 32.
- S. 110 Abb. 65 freundin, 10/2006, S. 162.
 Abb. 66 freundin, 16/2005, S. 15.
 Abb. 67 freundin, 14/2005, S. 193.
 Abb. 68 freundin, 14/2005, S. 31.
- S. 111 Abb. 69 freundin, 12/2005, S. 204.
 Abb. 70 freundin, 17/2005, S. 24.
 Abb. 71 freundin, 26/2005, S. 126.
- S. 113 Abb. 72 freundin, 14/2005, S. 187.
 Abb. 73 freundin, 13/2005, S. 176.
 Abb. 74 freundin, 24/2005, S. 213.
 Abb. 75 freundin, 7/2006, S. 31.
- S. 114 Abb. 76 freundin, 11/2006, S. 165.
 Abb. 77 freundin, 22/2005, S. 36.
 Abb. 78 freundin, 26/2005, S. 145.
- S. 116 Abb. 79 freundin, 6/2006, S. 104.
 Abb. 80 freundin, 21/2005, S. 18.
 Abb. 81 freundin, 21/2005, S. 132.

S. 120 Abb. 82 freundin, 22/2005, S. 106.
 Abb. 83 freundin, 11/2005, S. 154.
 Abb. 84 freundin, 18/2005, S. 103.
 Abb. 85 freundin, 11/2006, S. 191.

S. 121 Abb. 86 freundin, 26/2005, S. 32.
 Abb. 87 freundin, 7/2006, S. 180.

7. Friendimonials - Die sicheren Bilder in Texten

S. 150 Abb. 88 freundin, 22/2005, S. 135.
 Abb. 89 freundin, 21/2005, S. 131.
 Abb. 90 freundin, 24/2005, S. 121.
 Abb. 91 freundin, 1/2006, S. 155.

9. „Wir lachen ständig über alles“

S. 177 Abb. 92 freundin, 4/2006, S. 116.
 Abb. 93 freundin, 8/2006, S. 116.
 Abb. 94 freundin, 25/2005, S. 121.
 Abb. 95 freundin, 10/2006, S. 81.

10. Notationen zur Lesbarkeit des freundschaftlichen Repertoires

S. 192 Abb. 96 freundin, 16/2008, S. 140.
 Abb. 97 freundin, 16/2008, S. 142.
 Abb. 98 freundin, 19/2008, S. 168.
 Abb. 99 freundin, 19/2008, S. 170.

Bildzitate aus anderen Quellen:

S. 84 Abb. 29 Brieflesende in Damengesllschaft. Wiener Theaterzeitung, Modebild Nr. 692. Jahr 1844. Zitiert nach: Neunteufl, Herta: Als Frauen sanft und Kinder artig waren. Moden und Meinungen im späten Biedermeier. Graz 1983, S. 11.
 Abb. 30 Ballkleider – Wiener Moden III, 1847 und Besuchskleider – Wiener Moden X, 1847. Zitiert nach: Neunteufl, Herta: Als Frauen sanft und Kinder artig waren. Moden und Meinungen im späten Biedermeier. Graz 1983, S. 17.

S. 85 Abb. 31 Karikatur auf das Kaffeekränzchen, 19. Jahrhundert. Zitiert nach: Schivelbusch, Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel. Frankfurt am Main u. a. 1983, S. 81.
 Abb. 32 Zweg sich ziemlich ähnliche Frauenzimmer. M H. R. L. [Zwo Freundinnen]. In: Lavater, Johann Kaspar: Physiognomische Fragmente zur Beförderung der Menschenkenntniß und Menschenliebe. Mit vielen Kupfern, Bd. 3 (Tafel LXXXII). Leipzig und Winterthur 1777. [Originalgetreuer Neudruck Berlin 1908, S. 301]. Zitiert nach: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 31.
 Abb. 33 Caspar David Friedrich. Zwei Freundinnen unter einem Baum, 1801 (Federzeichnung). Zitiert nach: Querelles. Jahrbuch für Frauenforschung 1998, Bd. 3. Freundschaft im Gespräch, S. 124.
 Abb. 34 Modelle von Ulli Richter, veröffentlicht in „Constanze“. Aus: Ludmilla Kybalova: Das große Bilderlexikon der Mode. Güterloh 1976, S. 319. Zitiert nach: Hülsenbeck, Annette: [Kultur]Taschen. Übergangsobjekte und Gehäusereste - Accessoires in Zwischen-Räumen. In: Mentges, Gabriele u. a. (Hg.): Geschlecht und materielle Kultur. Frauen-Sachen. Männer-Sachen.

Sach-Kulturen (= Münsteraner Schriften zur Volkskunde / Europäischen Ethnologie, Bd. 6). Münster 2000, S. 185-214, hier S. 195.

Abstracts

BILDERBUCH*freundin*

Über Choreografien von Freundschaft in einem populären Printmedium

„Als klassische aber zeitgemäße Frauenzeitschrift, die in allen Ressorts kompetent ist, bietet *freundin* Tipps und Begleitung für alle Lebensfragen, zeigt Trends und vermittelt dabei gute Laune. Immer wieder überraschend, aber dennoch verlässlich. Wie eine richtige Freundin eben.“¹

Mit diesem Absatz beginnt auf der Homepage der Burda Community Network GmbH die Selbstdarstellung der Zeitschrift ‚freundin‘. Eine Zeitschrift, bei der der Name Programm ist. 1948 gegründet, ist die *freundin* heute eine der auflagenstärksten Produkte am deutschen FrauenZeitschriften-Markt. Für diese Arbeit interessant wurde sie allerdings nicht nur durch ihre Marktstärke, sondern vor allem durch ihre Argumentation: Eine Zeitschrift, die für ihre Leserinnen schon alleine durch ihren Namen ‚wie eine richtige Freundin‘ sein möchte, bietet sich als das ideale Material für eine Studie zum Thema Freundschaft an.

Zu Beginn der Arbeit steht die Auseinandersetzung mit dem Begriff ‚Freundschaft‘. Es geht darum zu zeigen, dass es kein allumfassendes Konzept von Freundschaft gibt, sondern unterschiedliche Ideen quer durch die Geschichte – und abhängig von sozialen und kulturellen Umständen – existieren. Aus diesem Querschnitt wird die Einführung des Konzeptes ‚FrauenFreundschaft‘ hervorgehoben und für die *freundin* instrumentarisiert. Im Anschluss wird die Zeitschrift selbst vorgestellt, Ratgeberschaft und Unterhaltung werden als Funktionen dieser so genannten ‚FrauenZeitschrift‘ erklärt. An der Lektüre von Jean-Claude Kaufmann wird deutlich gemacht, welche Bedeutung Freundinnen für die ‚moderne‘ Frau einnehmen und es wird überlegt, wie sich ein konservatives Medium in modernen Zeiten die damit verbundenen emanzipatorischen Werte zu Nutze macht. Methodisch wird anhand eines Jahresvolumens der ‚freundin‘ (25 Hefen) mit einer Kombination aus Inhaltsanalyse (einer Analyse von Bild- und Textinhalten) und Bildanalyse (Untersuchung von Medien- und Sprachbilder) eine sehr bewusste Auseinandersetzung mit den verbalen und illustrativen Freundschaftsbildern und Bilderfreundinnen gesucht.

Im Hauptteil wird die Blattlinie der *freundin*, ihr saisonaler Aufbau, nachgezeichnet und vorgestellt, wie diese normative Struktur freundschaftlich bebildert wird. Anschließend geht es um die Sichtbarkeit von Sinnlichkeit in der Abbildung von ‚FrauenFreundschaften‘, um gegenseitige Nähe, Berührungen, Gespräche und gemeinschaftstiftendes Essen als Elemente freundschaftlicher Choreografien in Bild und Text. Kulturelle Zuschreibungen an die Sinne spielen hier ebenso eine Rolle, wie die Tatsache, dass das Freundschaftsbild der ‚freundin‘ kein unbekanntes ist, sondern im Gegenteil eine Vorlage in diverser (wissenschaftlicher)

¹ <http://www.burda-community-network.de/de/ma/zi/titel/freundin/portrait.html> vom 17. April 2007.

Literatur findet. Die Elemente der Zeitschrift geben den Diskurs vor, dieser wird durch andere Bild-Text-Vorlagen ergänzt und damit die Wechselseitigkeit von Diskurs und Praxis bei der Konstruktion von Wirklichkeit im medialen Zusammenhang betont. Ebenfalls betont wird die Idee einer idealer Freundschaft am Beispiel der ‚Friendimonials‘, also bekannter Personen bzw. Stars, die als Zeugen einer Ideallinie im Freundschaftsalltag auftreten. In dieser idealisierten Welt wird auch deutlich, wo die Grenzen der PR-wirksamen Freundschaftszeugnisse liegen: Dort nämlich, wo Konflikte auftreten oder Krisen unlösbar sind. Dieser Bereich ist den ‚gewöhnlichen‘ Freundinnen vorbehalten. In einer Zeitschrift, die intensiv mit dem Thema Freundschaft arbeitet, zeigen vor allem auch die Lücken im perfekten Freundschaftsbild, wo die neuralgischen Punkte liegen. Über all diesen freundschaftlichen Darstellungsweisen schwebt das Lachen, das gleichsam für die Grundstimmung der Freundschaftsbilder sorgt und am Ende hilft, die Ergebnisse der Studie zusammenzuholen.

Als populäres Medium wird die Zeitschrift aufgegriffen, um gängigen Bilder auf die Spur zu kommen. Überraschend dabei ist vor allem die Einführung einer eigenen Kategorie Frau, die sich quer durch die Themen zu ziehen scheint. Das beginnt bei den Theorien zum Thema ‚Freundschaft‘, wo die ‚FrauenFreundschaft‘ ebenso als Sonderfall verhandelt wird, wie die Kategorisierung der Zeitschrift als ‚FrauenZeitschrift‘, die Naturalisierung von ‚FrauenFreundschaft‘ über die saisonal ausgerichtete Struktur der Zeitschrift, die Sinnlichkeit als Abbildungsstrategie, das ‚typisch weibliche‘ Lachverhalten bis hin zu den femininisierten Konfliktfeldern. Der Zeitschrift als Ausgangsmaterial wird als Reduktion, als Verdichtung unterschiedlichster gesellschaftlicher Meinungen verstanden. Mit einer Akzeptanz im deutschsprachigen Kulturraum und einer besonderen Gültigkeit für ihren Markt, bietet die ‚freundin‘ einen Weg, den verworrenen Knoten an gesellschaftlichen Freundschaftsentwürfen zu entwirren. Die Ergebnisse der Untersuchung freundschaftlicher Medieninszenierung lohnt sich: Zwar werden darin auch Hinweise auf das Verständnis der ‚freundin‘-Redaktion auffindbar, aber vor allem wird damit ein Blickwinkel eröffnet, der viel weiter in die Wertewelt moderner Zeiten – und damit verbunden in die Problematiken eines Vereinfachung als Doing Gender im Sinne des ‚Sonderfalls FrauSein‘ – blicken lässt.

STORYBOOK *freundin* (Ger. ‘Freundin’: female friend)

Choreographies of friendship in a popular print medium

Founded in 1948, ‘freundin’ is nowadays the third biggest women’s magazine on the German market. I chose it not only because of its strength on the market, but most of all because of the editor’s argumentation: A magazine that tries to treat its reader ‘like a real friend’, seems to be the perfect source for a study of ‘friendship’. As a popular medium, the magazine serves as a means to become aware of the current ideas of friendship. The introduction of a particular category of womanhood, which can be traced throughout the whole topic, was yet surprising.

At the beginning of my thesis stands the occupation with the term 'friendship', its history and various meanings – depending on and defined by social and cultural circumstances. Friendship in general is as thoroughly discussed as the special concept of friendship between women, which was first shown in the romantic period. Then the magazine 'freundin' is introduced, including its particular functions, entertainment and advisorship. The principal part focuses on the main ideas of 'freundin', its seasonal conceptualization and how this normative structure is illustrated in an 'amicable way'. This part is followed by a chapter on the visibility of sensuousness in the illustration of friendship, and especially friendship between women: about reciprocal closeness, haptics, conversations and meals the other's company as an element of amicable choreographies in scenes and texts. Culturally grounded attributions play a role, as well as the fact that the concept of friendship employed by 'freundin' is not unknown, but quite contrarily finds its reference in (scientific) literature of all kinds.

Furthermore, the emphasis lies on the idea of a (nearly) perfect kind of friendship, presented by famous persons or celebrities. Their role as testimonials of an ideal is called 'friendimonials'. Above all these forms of representing friendship stands the depiction of laughing faces that, so to speak, generates a basic atmosphere for the medial illustration of friendship.

LIVRE D'IMAGES *freundin* (all. « Freundin » : amie, copine)

Chorégraphie de l'amitié dans un médium populaire

Fondé en 1948, le magazine « freundin » est un des produits les plus vendus sur le marché des journaux allemand. Cependant, ce n'était pas cette qualité qui le rendait intéressant pour cette enquête, mais son argumentation: Un magazine qui prétend être, déjà par son nom, une vraie amie pour ses lectrices, se prouve opportun pour une étude sous le thème de l'amitié. En tant que médium populaire, le magazine est étudié pour découvrir des images actuelles. On est surpris de tomber sur l'introduction d'une nouvelle catégorie de « femme », qui est omniprésente dans tous les thèmes.

Au début de cette thèse se trouve une analyse profonde du terme « amitié ». Dans ce chapitre, il est démontré qu'un concept général d'amitié n'existe pas, sinon des idées et imaginations différents, qui ont été développé historiquement - en dépendant des circonstances sociales et culturelles. Dans la partie suivante, le magazine même est présenté; ses fonctions – conseiller et amuser son public – sont expliquées.

Dans la partie principale, la ligne éditoriale de « freundin » et sa parution saisonnière sont tracés et introduits. Il est expliqué en quoi cette structure normative est accompagnée par des

images « amicales ». Ensuite, la visibilité de sensualité dans la présentation des amitiés entre femmes est traitée, ainsi que la proximité, le contact sensible et sensuel, les conversations, les repas partagés en tant qu'éléments de chorégraphies amicales en images et textes. La manière d'interpréter les sens a travers une perspective culturelle joue un rôle pour ce travail, d'autre part le fait que l'image de l'amitié comme il est transporté par la « freundin » n'est pas un concept inconnu. Au contraire, ce concept trouve son modèle dans une variété de littérature (scientifique). L'idée d'une amitié idéale est soutenue par les « friendimonials », ça veut dire des célébrités ou vedettes qui apparaissent comme représentants d'une image d'amitié idéale dans la vie quotidienne. Par dessus de toutes ces formes de représentation ce trouve le rire, qui crée, dans une certaine manière, l'ambiance générale pour les images d'amitié.

LEBENS LAUF

Kathrin Unterleitner
geb. am 6. April 1982 in Schärding

AUSBILDUNG

WS 2005 bis SS 2009 Juni 2005	Doktoratsstudium an der Universität Wien, Institut für Europäische Ethnologie Abschluss des Diplomstudiums; Thema der Diplomarbeit: „Vom Besichtigen und Begreifen.“ Eine qualitative Studie über das Verhalten von BesucherInnen in einer Ausstellung
WS 2003 WS 2000 bis SS 2005	Auslandssemester an der Københavns Universtitæt (DK) Diplomstudium an der Universität Wien, Europäische Ethnologie/ Publizistik und Kommunikationswissenschaft
1992-2000 1988-1992	Bundesgymnasium Schärding Richard-Billinger-Volksschule St. Marienkirchen

TÄTIGKEITEN U. A.

- Österreichischen Museum für Volkskunde (Wien), Kulturvermittlerin
- Lehrauftrag an der Universität Wien/ Institut für Europäische Ethnologie: „Arbeitsfeld Museum. Wie man BesucherInnen durch eine Ausstellung begleitet“
- Institut für Forschung und Fortbildung (IFF). Ausstellungspraxis. Von der Entwicklung eines Konzeptes bis zur Durchführung der Ausstellung im Rahmen einer Lehrveranstaltung (SS 2007 und WS 2007). Ausstellungszeitraum: April 2008 in der Aula der Universität Wien.
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Ausstellungskonzept und -aufbau
- Konzeption und Erstellung der Jubiläumsschrift „125 Jahre Rieder Rundschau“ (erschienen 2005)
- Tagungsassistentin: 21. Generalkonferenz des Internationalen Museumrates ICOM 2007; Tagungsbericht veröffentlicht in: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, Band LXII/111, Wien 2008, S. 54-56.
- Oberösterreichischen Landesausstellung 2004; Vermittlerin
- Tutorin an der Universität Wien, Institut für Europäische Ethnologie