



– Susanne Kinnebrock

Abstract zum Vortrag:

Popularisierung von Politik durch politische Frauenzeitschriften?

Politikdefinitionen, Funktionen politischer Kommunikation und Konturen frauenpolitisch aktiver Öffentlichkeiten im Wandel vom ausgehenden Kaiserreich bis zum Nationalsozialismus

Themenhinführung

Breite politische Partizipation und die Popularisierung von politischem Wissen bedingen sich gegenseitig. Und bei der Popularisierung von politischem Wissen spielen Medien eine gewichtige Rolle. Denn in modernen Gesellschaften haben sie erheblichen Einfluss darauf, welches Wissen in welchem Maße und wie zur Rezeption, Weiterverarbeitung und Überführung in soziale Praxen angeboten wird. Dabei liegt eine besondere Leistung der Medien darin, nicht nur Informationen in abstrakter Form zur Verfügung zu stellen, sondern mit Hilfe von Vermittlungsstrategien den Transformationsprozess von Information zu Wissen zu unterstützen, so dass schließlich Wissen im Sinne einer Fähigkeit zum Handeln entsteht (STEHR 1994: 208).

Betrachtet man die Situation von deutschen Frauen im ausgehenden 19. Jahrhundert, so waren ihre Möglichkeiten, sich am politischen Diskurs zu beteiligen, in vielerlei Hinsicht eingeschränkt. Zunächst war der Zugang zu politischer Information beeinträchtigt, wobei vor allem weiche (d.h. kulturelle, in Diskursen ausgehandelte) Grenzen (z.B. Schicklichkeit) den Zugang erschwerten (indem z.B. die Rezeption bestimmter Lektüre und die Beteiligung an dezidiert politischen Debatten als unschicklich apostrophiert wurden). Darüber hinaus sorgten handfeste rechtliche Regelungen dafür, dass Frauen qua Geschlecht keine solide Vorbildung erhalten konnten. Die gymnasiale Bildung (bis 1893) und der Hochschulbesuch (bis 1899) blieben ihnen versagt. Auch galt für die meisten Frauen in Deutschland ein stark eingeschränktes Versammlungs- und Vereinsrecht. Erst 1908 konnten Frauen in Deutschland reichsweit an politischen Versammlungen teilnehmen und Mitglied in politischen Vereinen und Parteien werden. Zeitweise wurden sogar die Möglichkeiten der öffentlichen Artikulation via Presse eingeschränkt. Die sog. Lex Otto (1851- 1874) untersagte es Frauen in Sachsen, als Herausgeberinnen oder verantwortliche Redakteurinnen tätig zu werden (vgl. WISCHERMANN 1998). Dass unter diesen Umständen auch politische Wahlrechte nicht gewährt wurden, erstaunt nicht weiter. Die Einführung des Frauenwahlrechts 1918/19 kann als ein eher unerwartetes Geschenk der Revolution angesehen werden (vgl. ROSENBUSCH 1998).

Das deutsche Kaiserreich war aber nicht nur eine Zeit, in der Frauen auf vielfältige Weise von der politischen Partizipation, dem politischen Diskurs, ja sogar der gesamten öffentlichen Sphäre ferngehalten wurden. Es ist gleichermaßen eine Zeit der Politisierung (auch Demokratisierung), der Industrialisierung (die auch vermehrt außerhäusliche Frauenerwerbsarbeit mit sich brachte) und schließlich der Medialisierung der Gesellschaft (vgl. NIPPERDEY 1990; Bösch 2006). Und im Zuge dieser Prozesse waren Frauen nicht nur passiv Betroffene, sondern aktive Mitgestalterinnen, wobei es v.a. Frauenrechtlerinnen waren, die im Rahmen der sich formierenden Frauenbewegung Frauenbelange öffentlich artikulierten. Sie taten dies überwiegend auf ihren (vermeintlich unpolitischen) Vereinsversammlungen und in ihren Vereinszeitschriften, die durchaus politische Medien darstellten, wenn man den weiten angelsächsischen Begriff des Politischen zugrunde legt, der das Aushandeln von Lebensverhältnissen in den Mittelpunkt stellt (vgl. DÖRNER/VOGT 1994: 165).



Hypothesen und Untersuchungsmaterial

Meine These lautet nun, dass gerade in einer Zeit des (formalen) Ausschlusses aus der politischen Sphäre Medien der Frauenbewegung eine umso größere Bedeutung für die Rezeption von politischem Wissen, seine Weiterverarbeitung und seine Überführung in soziale Praxen entwickelten. Auf vielfältige Weise (und keineswegs immer mit demokratischer Programmatik) forcierten diese Medien die Politisierung von Frauen. Sie taten dies einerseits, indem sie sich direkt an ihre Rezipientinnen wandten und sie beim Eintritt in die öffentliche Sphäre sowie beim Agieren innerhalb der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft mit (berufs- und alltags-)relevanten Informationen und Ratschlägen unterstützen. Andererseits schufen sie Foren für den kommunikativen Austausch zwischen Frauen, so dass sich neue, politisch aktive Teilöffentlichkeiten formieren konnten. Und diese Teilöffentlichkeiten (zumeist Frauenvereinsöffentlichkeiten) dienten als geschützter Raum oder als Prozebühne, auf der sich das öffentliche Agieren vorsichtig einüben ließ. Hier konnten Frauen erste Erfahrungen sammeln, die ihnen dann halfen, sich sicher in der komplexen Öffentlichkeit zu bewegen, auch dort ihre Belange zu artikulieren und damit Lebensverhältnisse tatsächlich öffentlich zu verhandeln. Die frauenpolitisch aktiven Teilöffentlichkeiten waren demnach Öffentlichkeiten von unten, die im Habermasschen Sinne überwiegend diskursiv funktionierten (vgl. WISCHERMANN 2003).

In dem Maße allerdings, in dem die politischen Frauenzeitschriften nicht mehr die informationsorientierte Vermittlungs- und die wechselseitig-kommunikative Diskursfunktion in den Vordergrund stellten, sondern stattdessen Instruktion betrieben, d.h. in dem Maße, in dem an die Stelle des gemeinschaftlichen Entwerfens von Lebensmodellen die persuasive Vermittlung vorgefertigter Modelle trat, verloren die Blätter ihre Bedeutung bei der Vermittlung und Popularisierung politischen Wissens.

Diese Thesen sollen untermauert werden, indem Ergebnisse aus einem Forschungsprojekt präsentiert werden, in dessen Rahmen rund 500 politischen Frauenzeitschriften aus der Zeit von 1870 bis 1945 erhoben und typisiert wurden. In meine Analyse werden allerdings nur solche Blätter eingehen, die für den politischen Diskurs in Deutschland insofern prägend waren, als sie Resonanz nicht nur in den frauenpolitisch aktiven Öffentlichkeiten erzeugten, sondern ebenso in der komplexen Öffentlichkeit. Empirische Ergebnisse: Entwicklung der politischen Frauenzeitschriften und der von ihnen getragenen Teilöffentlichkeiten

a) Wilhelminische Zeit

Frauenzeitschriften, die Resonanz in der komplexen Öffentlichkeit des Kaiserreichs erzeugen konnten und somit den politischen Diskurs mitprägten, orientierten sich stilistisch stark an etablierten Mustern des politischen Journalismus. Allerdings lassen sich auf thematisch-inhaltlicher Ebene und auf Darstellungsebene Popularisierungstendenzen ausmachen. Der Begriff des Politischen, der gerade in Deutschland stark um das Staatshandeln kreist(e) (vgl. DÖRNER/VOGT 1994: 165), wurde um Fragen der Bildungs-, Erwerbs-, ja letztlich Lebenschancen der durch Geschlecht separierten Bevölkerung erweitert. Zudem bemühten sich die Blätter, ihren Leserinnen das politische Geschehen verständlich zu machen, indem sie zum einen Implikationen des Politischen für den individuellen Alltag herausstellten (z.B. den Einfluss der deutschen Schutzzollpolitik auf Getreidepreise und damit auf die Haushaltskasse). Zum anderen versuchten sie den Politjargon zu erklären (z.B. indem sie die Übersetzungen von (fremdsprachlichen) Fachtermini in Klammern gesetzt dazulieferten). Popularisierung kann hier als der Versuch gefasst werden, Politik und ihre Implikationen für den Alltag möglichst verständlich zu vermitteln.

Für eine ausgeprägte Diskursfunktion der Frauenmedien spricht zunächst der recht private Kommunikationsmodus, der v.a. in den Zuschriften der Leserinnen erkennbar wird. Hier scheinen tatsächlich Privatpersonen ihre Anliegen öffentlich zu machen. Weiterhin wird die Diskursivität von zahlreichen Bezugnahmen auf andere politische Frauenzeitschriften unterstrichen, so dass trotz der Ausdifferenzierungsprozesse innerhalb der Frauenbewegung noch die Konturen einer gemeinsamen Frauenbewegungsöffentlichkeit erkennbar sind.



b) Weimarer Republik

In der Weimarer Republik hingegen kommt es zu einer Fragmentierung der Frauenbewegungsöffentlichkeit, wobei dies zum großen Teil auf den Einfluss der Parteien zurückzuführen ist. Beim Versuch, die neuen Wählerinnen an sich zu binden, usurpieren sie Vereine und Medien der Frauenbewegung. Unter (männlicher) Parteiägide entstehen zahlreiche neue Blätter, die Politillustrierte für Frauen kann als Prototyp der politischen Frauenzeitschrift dieser Zeit gelten. Diese Illustrierten sind populärer aufgemacht als die nun altmodischen Bewegungszeitschriften. Sie besitzen ein modernes Layout und erweitern ihre Themenpalette um klassische Frauenthemen (u.a. Haushalt, Mode, Wohnen, menschliche Beziehungen). Zudem enthalten sie dezidiert politische Informationen, d.h. Informationen, die rund um das Staats-, Regierungs- und Parteienhandeln kreisen, wobei die politische Instruktion zunehmend in den Mittelpunkt rückt. Somit weisen die Blätter zwar Merkmale auf, die als Teil eines Popularisierungs- und gleichermaßen Politisierungsprozesses gefasst werden könnten. Dennoch treten Vermittlungs- und Diskursfunktion in den Hintergrund, der politische wie feministische Diskurs verliert zwischen Hausfrauenecke und politischer Instruktion an Substanz.

c) Nationalsozialismus

Betrachtet man die NS-Zeit, dann verschärft sich für die Weimarer Republik skizzierte Entwicklung nochmals. Obgleich die NS-Zeit oft mit seichter (Ablenkungs-)Unterhaltung assoziiert wird, so finden sich in Frauenzeitschriften starke Politisierungstendenzen, wobei vor allem der Instruktionscharakter zunimmt. Dabei gerieten aber nicht nur einzelne Rezipientinnen in den Fokus der politischen Persuasion, sondern ebenso die frauenpolitisch aktiven Öffentlichkeiten. Das Instruktionsblatt für Führerinnen avanciert zum Prototypen. Darin wird genau Anweisung gegeben, wie Politik in Frauenvereinen zu popularisieren sei. Die Kontrolle von politisch aktiven Frauenöffentlichkeiten wurde nun exzessiv betrieben. Diskurse trugen und spiegeln die Blätter kaum mehr.

Theoretisches Ergebnis

Es mag zunächst widersprüchlich wirken, dass eine verstärkte Politisierung keineswegs das Reflexionsniveau in den Teilöffentlichkeiten heben muss, während eine populärere Aufmachung der Verbreiterung des politischen Wissens dienen kann. Aber diese vermeintlich widersprüchlichen Prozesse können erklärt werden, wenn die dahinter stehenden Konzepte differenziert und hinterfragt werden. Deshalb will ich als Resümee ein Analyseraster vorstellen, das zentrale Faktoren des Popularisierungsprozesses für die Generierung von politischem Wissen identifiziert. Dies werden u.a. sein:

- der Begriff des Politischen (wird darunter das Aushandeln von Lebensverhältnissen oder das Staatshandeln verstanden?),
- die Funktionen von politischer Kommunikation in Medien (Instruktionsfunktion vs. Diskursfunktion),
- die Ebenen von Popularisierung/Boulevardisierung (u.a. Thema, Inhalt, Stil),
- die Ebenen von Öffentlichkeit (Frauenöffentlichkeit, frauenpolitisch aktive Öffentlichkeit, komplexe Öffentlichkeit).
- die Unterschiede innerhalb frauenpolitisch aktiver Öffentlichkeiten (emanzipatorisch-feministische vs. antiemanzipatorisch-konservative Öffentlichkeiten),
- die Träger von Öffentlichkeit (hier v.a. Medien vs. Präsenzveranstaltungen).



Zitierte Literatur

Bösch, Frank (2006): Katalysator der Demokratisierung? Presse, Politik und Gesellschaft vor 1914. In: Norbert Frei / Frank Bösch (Hg.): Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert. Göttingen: Wallstein, S.25-47.

Dörner, Andreas /Vogt, Ludger (1994): Literatursoziologie: Literatur, Gesellschaft, Politische Kultur.Opladen: Westdeutscher Verlag.

Nipperdey, Thomas (1990): Deutsche Geschichte 1866-1918. Erster Band. Arbeitswelt und Bürgergeist. München: C.H. Beck.

Rosenbusch, Ute (1998): Der Weg zum Frauenwahlrecht in Deutschland. Baden-Baden: Niemeyer.

Stehr, Nico (1994): Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie der Wissensgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Wischermann, Ulla (1998): Frauenpublizistik und Journalismus. Vom Vormärz bis zur Revolution von 1848. Weinheim: Beltz.

Wischermann, Ulla (2003): Frauenbewegungen und Öffentlichkeiten um 1900. Netzwerke, Gegenöffentlichkeiten, Protestinszenierungen. Königstein/Taunus: Helmer.

Susanne Kinnebrock

ist seit 2006 Lehrbeauftragte der Hamburg Media School. Sie studierte Kommunikationswissenschaft mit den Nebenfächern Politikwissenschaft und Amerikanische Kulturgeschichte an der LMU München, sowie der Geschichte, Politikwissenschaft und Amerikanische Kulturgeschichte an der Università degli Studi di Torino in Italien. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Kommunikationsgeschichte und -politik, Gender Studies, Medieninhaltsforschung und Rezeptionsforschung.