

Zukunft

Überlegungen zur Kulturpolitik der Mädchen- und Frauenzeitschrift als Genre

Angela McRobbie

1. Einleitung

Statt einen nachgelagerten Kommentar zur feministischen Forschung am Genre der Frauen- und Mädchenzeitschrift zu liefern, und im Kontrast zu meiner zwischen 1975 und 1977 durchgeführten Analyse der Zeitschrift *Jackie*, möchte ich in diesem Beitrag eine weitere Perspektive einnehmen und die Zeitschrift als traditionsreichen Bestandteil der Populärkultur sowie als formativen Faktor politischer Kultur betrachten. Tatsächlich war es solchen Zeitschriften gerade dank ihres scheinbar großen Abstands zur Sphäre des Politischen (Mädchenzeitschriften wurden und werden in der Regel als harmloses Vergnügen betrachtet, siehe Schwanhäuser/Rehders im Band, während Frauenzeitschriften der Ruf anhaftet, sich rein auf häusliche Themen zu konzentrieren) möglich, eine wichtige Position innerhalb der politischen Kultur einzunehmen und sich diese Bedeutung über die Zeit zu bewahren.¹ Jahrzehntelang verhüllte der vordergründige Zweck des Genres – nämlich seinem weiblichen Publikum Unterhaltung, Eskapismus und andere Vergnügen zu bieten – die zutiefst ideologische Arbeit, die es gleichzeitig ausübte. Die in diesem Beitrag angestellten Überlegungen folgen der Forschungsrichtung, die von Stuart Hall Anfang bis Mitte der 1970er Jahre am Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) begründet wurde. Der Analyserahmen soll hier jedoch erweitert und aktualisiert werden, da sich das Genre seither so stark gewandelt hat, dass es kaum noch wiederzuerkennen ist. Zwar findet man in den Auslagen der Presseshops und in den Zeitschriftenregalen der Supermärkte nach wie vor gedruckte Zeitschriften, auch wenn sie dort etwas verloren wirken. Seit den 1970ern hat jedoch eine Fragmentierung des Genres stattgefunden: Es zerfiel und zerstreute sich auf allerlei Subgenres, was vor allem mit dem Aufkommen der Social Media in den letzten

1 Als die Zeitschrifteninhalte ins Vor- und Nachmittagsprogramm der Fernsehsender migrierten und dort in unzähligen Magazin- und Talkshow-Formaten aufgingen (wie bspw. der *Oprah Winfrey Show* oder *Loose Women* im Vereinigten Königreich) wurde es zunehmend üblich, dass Politiker:innen in solchen Sendungen auf dem Sofa Platz nahmen – eine durchaus opportunistische Anerkennung der Bedeutung von Frauen als Wählerinnen.

15 Jahren zusammenhängt. Das atemlose Umblättern von Seiten gehört heute der Vergangenheit an. Man könnte sogar sagen, dass die Zeitschrift in ihrer herkömmlichen Form kaum noch existiert (siehe Holmes im Band). Leser:innen wurden ersetzt durch Communitys, Follower:innen und Abonnent:innen. Auch die Werbeanzeigen, über die sich Hochglanzmagazine einst finanzierten, sind zu einem großen Teil in den digitalen Raum übergesiedelt und haben sich in diesem Prozess grundlegend verändert. All dies führt zu beträchtlichen methodischen Umwälzungen – ganz gleich, ob Zeitschriften aus soziologischer oder kulturwissenschaftlicher Perspektive untersucht werden.

In den Social Media findet sich heute eine endlos wachsende Vielfalt neuer Zeitschriftenformate. Ehrgeizigen Herausgeber:innen, Autor:innen, Blogger:innen und Influencer:innen ist es möglich, eigene Online-Magazine zu publizieren und damit eventuell sogar Geld zu verdienen; einige Beispiele hierfür werden im letzten Teil dieses Beitrags erörtert. Mit Blick auf die traditionelle Form der Zeitschrift besteht eine zentrale Frage für die feministische Zeitschriftenforschung darin, in welcher Weise sich ihre mithilfe der Textanalyse herausgearbeitete ideologische Rolle ebenfalls verändert haben könnte. In der Vergangenheit ließen sich Zeitschriften auf diese Funktion hin analysieren, indem man den Blick auf ihren Umgang mit gesellschaftlichen Aspekten wie Klassenzugehörigkeit, Gender und Sexualität, Ethnizität sowie Nationalität und ›citizenship‹ richtete. Diese Aspekte wurden von ihnen sichtbar gemacht und zugleich weiter festgeschrieben – sie schienen dem Prinzip des Mediums inhärent zu sein. Doch die heute noch im herkömmlichen Format erscheinenden Zeitschriften weiten ihren Fokus zunehmend aus, sodass ihnen kein Ausschluss von schwarzen Leser:innen oder anderen ethnischen Minderheiten mehr vorgeworfen werden kann; sie geben sexueller Differenz und Diversität Raum und greifen sogar feministische Belange auf. Welche Argumente wird die feministische Forschung entwickeln, um diesen Veränderungen Rechnung zu tragen? Zeitschriften haben mit ihrem Umzug auf den Bildschirm nicht nur die Anziehungskraft der Hochglanz-Cover eingebüßt, sondern wurden aus den Reihen der neuen antirassistischen und feministischen Bewegungen auch lautstark mit ihren vergangenen Fehlern und negativen Einflüssen konfrontiert. Bis vor Kurzem war diese Kritik vor allem im akademischen Bereich zu Hause. Mittlerweile werden Herausgeber:innen jedoch auch im öffentlichen Diskurs unüberhörbar eines Mangels an Inklusivität beschuldigt und müssen sich für ihre endlose Reproduktion von Körpernormen entlang weißer, schlanker Schönheitsideale verantworten. Es stellen sich somit schon jetzt neue Fragen über die ideologische Rolle der Zeitschrift, und es zeigen sich methodologische Probleme im Zusammenhang mit der Anpassung und der Schaffung eines systematischen Untersuchungsrahmens in einem sich derart rasant wandelnden Feld (vgl. Baym 2000; Markham/Baym 2008).

Darüber hinaus existieren Frauen- und Mädchenzeitschriften heute im Kontext einer weitreichenden Krise des Geschlechterverhältnisses. Sie werden auch außerhalb des akademischen Bereichs für die Ausübung einer Kontrollfunktion kritisiert, die, so der Vorwurf, zur Reproduktion heteronormativer Verhältnisse beitrage und dafür Sorge, dass das ›Mädchen‹ bzw. die ›Frau‹ als eindeutige Kategorie innerhalb einer binären Geschlechterlogik erhalten bleibe. Grob lässt sich also feststellen, dass das Genre bisher eine Art grenzziehende Funktion zu erfüllen hatte, durch die es dem Konzept der Heteronormativität gesellschaftliche und physische Substanz verlieh; so haben

Mädchenzeitschriften die fortlaufende kulturelle Lesbarkeit des Mädchens als ›Mädchen‹ sichergestellt. Nun ist die symbolische und reale Gewalt, die diesen Prozessen der Herstellung und Zuordnung weiblicher Identität innewohnt, in jüngster Zeit immer stärker ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt, und vor diesem Hintergrund stellt sich natürlich die Frage, was geschieht, wenn Zeitschriften, die traditionell von Werbeeinnahmen abhängig sind, zur Verantwortung gezogen werden. Man stelle sich einmal vor, welche Spannungen auftreten könnten, wenn global führende Kosmetikanbieter ihre Werbung in direkter Nachbarschaft von Artikeln wiederfänden, die aus ökologischer und feministischer Sicht Kritik am Konsum von Mode- und Kosmetikprodukten üben, oder neben ›schwer verdaulichen‹ Texten, die sich politisch mit einem Thema wie Menstruation befassen.

Zeitschriften stehen heute gesellschaftlich auf dem Prüfstand wie noch nie zuvor. Bereits in der Vergangenheit gab es feministische Kritik an Objektivierung, an der systematischen Hierarchisierung von Körpern nach normativen Kriterien. Erweitert und unterstützt durch die LGBTQ-Bewegung wiederholt der heutige Feminismus diese Kritik nun mit sehr viel lauterer und stärkerer Stimme. Bei Berücksichtigung dieses Wandels, insbesondere der jüngsten Wellen an Aktivismus rund um Race, Gender und Sexualpolitik stellt sich die Frage, welche Entwicklung dem Medium Zeitschrift in den kommenden Jahren bevorsteht. Im Rahmen dieses kurzen Beitrags kann ich lediglich eine Reihe von vorläufigen Überlegungen zu dieser Frage anstellen, die sich möglicherweise als Ausgangspunkt für weitergehende Untersuchungen nutzen lassen. Darüber hinaus werde ich erörtern, warum die Zeitschriftenforschung auch heute noch einen wichtigen Bereich feministischer Forschung innerhalb der Sozial- und Geisteswissenschaften darstellt, deren Untersuchungsgegenstand – eine Form populärer Massenmedien – nach wie vor in Beziehung zur politischen Kultur steht.

2. Birmingham: Die Anfänge und das theoretische Erbe

Meine Mitte der 1970er Jahre unter der Leitung von Stuart Hall am Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) der Universität Birmingham durchgeführte Forschung zu der populären Mädchenzeitschrift *Jackie*² orientierte sich in großen Teilen an Konzepten, die speziell zur Analyse populärkultureller Formen eingeführt worden waren und insbesondere aus den Schriften von Roland Barthes, Louis Althusser und dem italienischen Marxisten Antonio Gramsci stammten. Sowohl Althusser (1977) als auch Gramsci (2012 [1991ff]) hatten gezeigt, welche Rolle ideologische Formen für die Herstellung von gesellschaftlichem Konsens in der spätkapitalistischen Gesellschaft spielen. Ihr Fokus lag dabei auf nichtautoritären Formen der Machtausübung, im Rahmen derer durch die Mobilisierung von Genuss und Vergnügen für bzw. im Interesse der gesellschaftlich dominanten Kräfte eine aktive Zustimmung zum Status Quo erzielt wird. Gramscis Begriff nach beruht Hegemonie auf dem Erreichen von freier Einwilligung

2 Diese Arbeit wurde zunächst im Rahmen der »Stencilled Papers« des CCCS unter dem Titel »*Jackie. An Ideology of Adolescent Femininity*« veröffentlicht und erschien 1982 als Buch (McRobbie 1982 [1977]).

und gesellschaftlicher Zustimmung zur bestehenden Ordnung. Diese Art der Herrschaft ist allerdings stets fragil und bedroht, was die ständige Wiederholung und Bekräftigung der entsprechenden Motive und Narrative durch die hegemonialen Gruppen erforderlich macht. Die Ideologietheorie von Althusser wiederum bot mir eine umfassende Darstellung der Mechanismen gesellschaftlicher Befriedung und der Einwilligung der Individuen in Verhältnisse, die die Grundlage ihrer Unterwerfung bilden. Ermöglicht wird dies durch ideologische Praktiken – in diesem Fall Formen von Kulturproduktion, für die der ›Medienapparat‹ als ideologischer Überbau verantwortlich ist – die an die alltäglichen Lebensbedingungen der Menschen anknüpfen. Diese Verbindung zur Realität wird allerdings in einer Art magischem Prozess ›umgedichtet‹. So entstehen modifizierte und erfundene Versionen der Wirklichkeit, die nahezu vollkommen natürlich und daher unhinterfragbar erscheinen. Und was wäre natürlicher, als dass ein fröhlicher, archetypisch weiblicher Teenager mit hübschen Locken auf einem glänzenden Zeitschriftencover das Interesse junger Mädchen erregt? Woche für Woche lächelte dieses Konterfei den Leserinnen von der Titelseite der *Jackie* entgegen, als würde es sie – um einen Begriff Althussters zu verwenden – ›anrufen‹, sich mit ihm und dieser Form der Ansprache zu identifizieren und sich von den Inhalten der Zeitschrift anziehen zu lassen.³ Da es zu dieser Zeit nur wenige Forschungsarbeiten zu Zeitschriften gab, auf die ich bei meiner Untersuchung zurückgreifen konnte, waren die neomarxistischen Theorien der frühen 1970er für mich eine willkommene Ressource. Dasselbe galt für Roland Barthes' semiologische bzw. zeichentheoretische Schriften. Stuart Halls Interpretation der von Barthes geprägten Begriffe, wie sie etwa in seiner Analyse des Nachrichtenfotos zum Tragen kam, lieferte mir eine hilfreiche methodische Grundlage für die textanalytische Betrachtung der *Jackie*.⁴ Ohne an dieser Stelle stärker auf die Analyse der Zeitschrift selbst einzugehen, möchte ich hervorheben, dass diese Arbeit mit Bezug auf eine Vielfalt von Konzepten entstand, darunter das der linguistischen Nachricht, visueller Codes, der Eliminierung von Polysemie sowie der ›bevorzugten Bedeutung‹, die mittels Verankerung etabliert wird. Das konsistente, wiedererkennbare Format der Zeitschrift basiert auf einer Kombination von identifizierbaren Codes: dem Code der Romantik (die Foto-Lovestories), dem Code von Mode und Kosmetik (die Mode- und Schminktippis), dem Code des Privatlebens (die Problemseite) und dem Code der Popmusik (Teenie-Idole und Popstars). Mit diesen vertrauten Merkmalen, die stets unverändert blieben, vermittelte die wöchentlich erscheinende Zeitschrift ihren Leserinnen ein Gefühl von Verlässlichkeit und Sicherheit. Das spezifische Ensemble der eingesetzten Codes verlieh der *Jackie* eine vertrauliche, freundschaftliche Stimme: Sie war, so signalisierte sie, dafür gedacht, allein zuhause im Schlafzimmer gelesen und dann vielleicht an eine jüngere Schwester oder eine Freundin weitergegeben zu werden. Dies schlug sich auch in der Ansprache der Leserinnen nieder, die durch einen freundlichen Tonfall und eine informelle Ausdrucksweise geprägt war. Die Zeitschrift vermittelte ihrer Leserin durchgängig: »Ich bin deine Freundin«. Im Rahmen dieser Art von Textanalyse traten mit Blick auf die Zielgruppe der *Jackie* – Mädchen im Teenageralter – die Ideologien der

3 Unter Berücksichtigung des vollen Bedeutungsumfangs des Begriffs der Anrufung, wie von Judith Butler (1997) ausführlicher dargelegt.

4 Als Master-Studentin (vgl. Hall 2010 [1973]).

(heterosexuellen) Romantik und, damit verbunden, der (normativen und binarisierten) jugendlichen Weiblichkeit als dominante Bedeutungssysteme hervor. Der kulturelle Code der Romantik ermöglichte sowohl eine Steuerung als auch Verdrängung von Sexualität und weiblichem Begehren. Unter beträchtlichem Arbeitsaufwand wurden romantische Narrative voll von Verheißungen, Tränen und Melodramatik in Anschlag gebracht, um diese Unterwerfung unter Gendernormen in einen Genuss zu verwandeln und so zu sichern. Die Zeitschrift leitete ihre jungen Leserinnen dazu an, sich mithilfe von Mode und Kosmetik auf konventionell-feminine Art begehrenswert zu machen; ihre Weiblichkeit sollte die männliche Dominanz niemals herausfordern, infrage stellen oder bedrohen. In der Aufrechterhaltung eines derart beschränkten, konventionellen Frauenbildes mit strikten Werten, nach denen Mädchen – zu einer Zeit, in der die Studierendenbewegung und die Frauenbewegung den Kern solcher Überzeugungen beharrlich infrage stellten – ausschließlich als zukünftige Hausfrauen galten, zeigt sich die zutiefst konservative Haltung des herausgebenden Verlags der *Jackie*, DC Thomson mit Sitz in Dundee, Schottland. Es handelte sich um eine gewerkschaftsfeindliche Firma mit einer überwiegend männlichen Belegschaft, doch ungeachtet solcher Voraussetzungen zeichnete sich die hier produzierte Zeitschrift durch eine außergewöhnliche Reichweite und Beliebtheit aus.⁵ Die Erfolgsformel, die dem farbenfroh gestalteten Magazin mit leicht breiterem Seitenformat als DIN A4 schließlich zu seinem Kultstatus verhalf, bestand in einer Kombination der Codes von Popmusik, Mode und Romantik, garniert mit einer Prise Intimität. Da sexuelle Aufklärung zu dieser Zeit oft weder in der Schule noch zu Hause geleistet wurde, glich die *Jackie* einem Fenster, durch das die Leserinnen einen Blick auf die Welt der Sexualität erhaschen konnten. Ihre Seiten ließen ein flüchtiges Moment von Freiheit erahnen – eine Freiheit, die im nächsten Moment allerdings wieder begrenzt und einer Ordnung einverleibt werden musste, in der fortwährend betont wurde, welche realen Schrecken mit dem Streben nach Freiheit einhergingen: Ein Mädchen konnte damit leicht seinen guten Ruf aufs Spiel setzen. Das wichtigste Ziel für die junge Leserin bestand somit darin, sich auf dem Heiratsmarkt zu behaupten. Schließlich hing ihre Zukunft davon ab, dass sie einen Ehemann fand, der sie beschützen würde.

3. Feministische Zeitschriftenforschung

Meine Forschung an der Zeitschrift *Jackie* fand nicht im luftleeren Raum statt. Einige andere Wissenschaftlerinnen führten im Rahmen ihres Studiums ähnlich gelagerte Untersuchungen durch: Janice Winship (1985), die ebenfalls am CCBS Birmingham forschte,

5 Die *Jackie* war die meistverkaufte Zeitschrift für Teenager im Vereinigten Königreich. Sie erschien wöchentlich, und im Jahr 1976 lag der Umsatz bei bis zu 600.000 Exemplaren pro Ausgabe. (Da die Hefte weitergegeben wurden, betrug die tatsächliche Anzahl der Leserinnen mindestens das Dreifache.) In späteren Jahren sprachen Redakteurinnen und Journalistinnen in Fernsehsendungen darüber, dass es vor der *Jackie* gar keine Angebote speziell für weibliche Teenager gegeben hatte, und dass frühere Zeitschriftenformate entweder zu altmodisch oder eher auf Kinder zugeschnitten waren.

veröffentlichte etwa mehrere Artikel zur Darstellung der häuslichen Sphäre in Frauenzeitschriften. Joke Hermes (1995) beschäftigte sich wiederum stärker mit der Einbeziehung der Leserinnen sowie mit deren Reaktion auf die Zeitschriften, wobei sich zeigte, dass diese Dekodierungen oft weniger vorhersehbar waren, als meine eigene Analyse nahegelegt hatte. Ab einem gewissen Punkt weitete sich der Diskussionsrahmen, und es wurden Konzepte aus der feministischen Theorie hinzugezogen. Von besonderem Interesse waren dabei psychoanalytische Ansätze, die den Fokus auf die Entwicklung weiblicher Identität richteten (Rose 1986). An dieser Stelle kam die auf Freud zurückgreifende Annahme ins Spiel, dass die heterosexuelle Identität des Mädchens (das keinen Ödipuskonflikt zu bewältigen hat) stets nur teilweise stabil ist. Um die Reproduktion sozialer Normen und die erfolgreiche Ablösung des Mädchens von der Mutter als Liebesobjekt zu gewährleisten, muss demnach die Hinwendung zum gesellschaftlich vorgesehenen Objekt des Begehrens eingeübt werden; man muss dem Mädchen förmlich einpauken, dass es einen Jungen und später einen Mann zu lieben hat. Die weibliche Fixierung auf das ›richtige‹ Objekt kann nur durch ständige Wiederholung sichergestellt werden. Zwei weitere Forscherinnen lieferten wertvolle Beiträge: Judith Williamson (1978) untersuchte in ihrer Studie zu Frauen und Werbung, einem Klassiker der feministischen Forschung, typische in Zeitschriften abgedruckte Bilder (häufig aus Werbeanzeigen für Parfüm). Im Rückgriff auf die psychoanalytischen und zeichentheoretischen Ansätze Lacans analysierte sie die hier zu beobachtende Bedeutungsproduktion. Natürlich fand die Verbreitung solcher Bilder damals wie heute auch über zahlreiche andere Träger statt, bspw. über Werbetafeln im öffentlichen Raum. Aufgrund dieser ›unabhängigen‹ Existenz der Werbebilder wurde die Zeitschrift lediglich als einer von vielen Orten aufgefasst, die Mainstreamdarstellungen von Weiblichkeit eine Plattform boten. Auch die auf Hollywoodfilme konzentrierte Forschung zum männlichen Blick im narrativen Kino von Laura Mulvey (1999 [1975]) trug – ebenfalls aus psychoanalytischer Perspektive – zur Schaffung eines reichhaltigen theoretischen Rahmens bei, der ein umfassenderes Verständnis der Machtverhältnisse ermöglichte, die unserer visuellen Kultur zu Grunde liegen.

Ab Mitte der 1980er Jahre ging die Zeitschriftenforschung zu großen Teilen in den Medien- und Filmwissenschaften auf. Dies ist auch heute noch der Fall. Die Zeitschrift stellt eine Bezugsgröße bzw. einen Fixpunkt innerhalb breiterer Debatten dar, während sich die feministische Medien- und Kulturanalyse über Genre Grenzen hinwegbewegt. Diese Verschiebung erfolgt vor dem Hintergrund eines anhaltenden Dialogs zwischen verschiedenen Medienformen: So werden bestimmte Tropen geteilt, Spin-offs erschaffen und frühere Zeitschriftenformate in andere mediale Bereiche integriert. Als die Zeitschriften den Abdruck von (Liebes-)Geschichten und Teenager-Dramen aufgaben, begannen vergleichbare Narrative in anderen Medienformen wie Film und Fernsehen zu erscheinen. In der Forschung, meiner eigenen inbegriffen, findet diese Entwicklung ein Echo (McRobbie 2009; 2010). Fast 40 Jahre später lässt sich die von mir analysierte ›postfeministische Maskerade‹, eine in den frühen 2000er Jahren aufgekommene Figuraton des ›Prozesses weiblicher Individualisierung‹, als Formel des neoliberalen Feminismus betrachten, und mein analytischer Blick bewegt sich von der Zeitungskolumne, dem Buch und schließlich der Verfilmung von *Bridget Jones's Diary* (*Bridget Jones – Schokolade zum Frühstück*) über die US-amerikanische Fernsehserie *Sex and the City* hin zur Figur der ›Fashionista‹, deren tiefe Verankerung in der Konsumkultur sich anhand unendlich vie-

ler Beispiele in Zeitschriften wie *Grazia*, *Red* und natürlich der *Vogue* belegen lässt. Diese Art von lockererer Methodik war auch kennzeichnend für die Arbeit anderer feministischer Medienwissenschaftlerinnen, allen voran Rosalind Gill (2007), Amy Shields Dobson und Akane Kanai (2018), Rebecca Coleman (2009) und Sarah Banet-Weiser (2018).

Darüber hinaus spiegelt dieser Untersuchungsmodus die Eigenschaften eines neuen medialen Ökosystems wider, in dem User:innen und Follower:innen eine größere Bedeutung zukommt als Leser:innen und Rezipient:innen einzelner Texte. Das Konzept der Repräsentation, früher eine tragende Säule der Cultural Studies, ist in den letzten Jahrzehnten durch vollkommen neue Begrifflichkeiten rund um Affekte, Atmosphäre, Nutzer:innenteilhabe und ›public feeling‹ ersetzt worden (siehe Fazli, »Affekt« im Band). Sowohl Social Media als auch herkömmliche Medien sind heute omnipräsent. Inhalte, die früher in Zeitschriften zu finden waren, werden mittlerweile über das Smartphone konsumiert – ein Gerät, das in einer sehr viel persönlicheren, intimeren Verbindung zu den Nutzer:innen steht, als man es sich noch vor 20 Jahren vorstellen konnte, und das so gut wie nie abgeschaltet wird. Individualisierte Technologien haben die Zeitschrift als Genre ersetzt, und dieser Umstand macht neue feministische Untersuchungsmodi erforderlich. Hat die gedruckte Zeitschrift damit ihren Status als wertvolles kulturelles Forschungsobjekt eingebüßt? Ist es möglich, ihre bleibende Relevanz argumentativ zu belegen, und welche Begriffe müssten dabei im Zentrum stehen? Lässt sich meine frühere These, dass dieses Medium eine formative Bedeutung für die politische Kultur besitzt, heute noch bestätigen? Im Folgenden möchte ich versuchen, einige vorläufige Antworten auf diese Fragen zu skizzieren.

4. Neue Wege: Neoliberale Figurationen von Weiblichkeit

Die Zeitschrift spielt weiterhin eine wichtige Rolle für das Entstehen kollektiver Vorstellungen von Weiblichkeit, die als Figurationen oder zusammengesetzte Bilder das Potenzial besitzen, in einer Zeit des Wandels unterschiedliche Dynamiken der Veränderung und des Möglichen sowie der Stabilisierung von Geschlechterrollen zu kommunizieren oder diese teleskopartig ineinanderzufügen (siehe Fazli, »Humandifferenzierung« im Band). Professionell arbeitende Redaktionsteams und Journalist:innen müssen größere kulturelle Veränderungen aufnehmen und auf sie reagieren, um ihrer Zeitschrift eine Identität verleihen zu können, über die sich weiterhin Leser:innen ansprechen und Umsätze generieren lassen. Als Endprodukt dieser Entscheidungs- und Herstellungsprozesse interagiert die Zeitschrift mit breiteren sozialen und politischen Entwicklungen der heutigen Zeit. Sie ist sowohl präfigurativ als auch performativ an der Imagination verschiedener neuer ›Technologien des Selbst‹ beteiligt, durch die mögliche und bestehende Formen weiblicher Identität artikuliert und inszeniert werden. Die kulturelle Produktionsarbeit hinter den Kulissen einer Zeitschrift schließt die Schaffung und Formung von Subjektivität mit ein. Dem Publikum werden Positionen und Ansichten, Körpernormen, Handlungsweisen und Selbstkonzepte angeboten. Keine Untersuchung dieser Aspekte kann auf die Theorien Michel Foucaults verzichten, dessen Schriften bis Mitte der 1980er Jahre nicht in englischer Sprache verfügbar waren. Der Begriffsapparat Foucaults eröffnet einen anderen Blick auf Kultur und Macht als die oben dargestellten Ansätze von Al-

thusser und Gramsci. Figurationen sind Beispiele der Ausformung von Kategorien. Foucault (1983) zog zahlreiche historische Quellen heran, um die Entwicklung bestimmter Personenkategorien darzustellen; insbesondere analysierte er, wie der Typus des Homosexuellen im 19. Jahrhundert entstand. In ähnlicher Weise ließe sich unter Betrachtung von Frauenzeitschriften im viktorianischen Zeitalter nachvollziehen (siehe Zwierlein im Band), wie sich die Archetypen der ›Hausfrau‹ und der ›Mutter‹ herausbildeten, die stets auch die Rolle des ›angel in the house‹ verkörpern mussten. Jacques Donzelot (1979), ein Kollege Foucaults, begann seine Forschung zum Frankreich des 19. Jahrhunderts mit seiner bekannt gewordenen Studie über die Ordnung der Familie. Seine Betrachtungen brechen jedoch genau an der Stelle ab, an der eine umfassende Analyse der Zeitschrift als Plattform für die Figuration mütterlicher Weiblichkeit demonstrieren könnte, wie groß die soziopolitische Bedeutung dieses Genres war, das der Mittelschicht nachhaltig die Werte und Ideen in Verbindung mit einer eng an die Rolle der Frau als Mutter geknüpften weiblichen Staatsbürgerschaft (›maternal citizenship‹) einimpfte (Riley 1992).

Forschungsansätze auf den Spuren Foucaults rücken den Körper in den Mittelpunkt und betrachten Macht als weniger gerichtet. Macht zielt demnach nicht unmittelbar auf Herrschaft ab; stattdessen zirkuliert sie, ist relativ diffus und hat einen zutiefst einladenden Charakter. Auch Lust ist eher ungerichtet. Die Art von Figurationen weiblicher Identität, die aus dieser Vielzahl an Betrachtungen, Überlegungen, Politiken und Berichten hervorgehen – ja, das gesamte Spektrum an ›Diskursen‹ – ermutigt Frauen zu mehr Aktivität. Das neu definierte weibliche Subjekt ist aufgefordert, sich aktiv statt passiv zu verhalten; es gilt als fähig zur Selbstführung und zur Entdeckung seines eigenen Handlungsvermögens. Dieser Ansatz bildet den Ausgangspunkt meiner jüngeren Forschung zu typischen Figurationen zeitgenössischer Weiblichkeit, wie sie von Zeitschriften hervorgebracht werden. Frauen sollen heute über eine gewisse – sogar dezidiert ›feministische‹ – Agency verfügen. Dieses aktivierende Element ist kennzeichnend für die Figurationen, die im ›Brutkasten‹ der Zeitschriften entstehen und von dort auf unzählige andere Formate der Populärkultur überspringen. Ich möchte die Zeitschrift hierbei nicht als alleinige Quelle dieser Imaginationen darstellen; die Figur der Bridget Jones etwa wurde ursprünglich für eine Zeitungskolumne im Tagebuchstil erfunden. Ich gehe allerdings davon aus, dass Zeitschriften eine Art von professionellem Raum für diese spezifische Form der kulturellen Arbeit bieten. Zwei Figurationen, die meiner Analyse (McRobbie 2020) zufolge einen spezifischen Dienst im Namen der politischen Kultur leisten, sind die der ›new maternity‹ oder ›neuen Mütterlichkeit‹ und des ›resilient girl‹ oder ›resilienten Mädchens‹. Erstere stellt die Beschwerden früherer Feministinnen über die Plackerei der Hausarbeit und der Erfüllung mütterlichen Pflichten auf den Kopf und reimaginiert sie als freudebringende, sinnstiftende Tätigkeiten, deren Ausübung heute auf persönlicher Entscheidungsfreiheit (ein neoliberaler Tropus) beruht und die dank der tatkräftigen Unterstützung durch einen feministisch eingestellten Ehemann wesentlich erleichtert werden. Eine Gestalt innerhalb dieses Repertoires ist die ›Alphamutter‹, die bis spät in den Abend Gerichte für die nächsten Tage vorkocht, dabei schlank und fit ist und die Bedürfnisse aller Familienmitglieder stets im Blick hat. Die Familie ist ihr Kleinunternehmen, und sie ist die perfekte Managerin. Man braucht nicht sonderlich viel Fantasie, um sich vorstellen zu können, wie dieses aus mehreren Komponenten bestehende Frauenbild mit der neoliberalen Wirtschaftsrealität ineinandergreift: Die Familie bildet

heute einen Wohlfahrtsstaat in sich selbst, während der eigentliche Wohlfahrtsstaat abgebaut und zurückgedrängt wurde (Brown 2015; Cooper 2017). Im Neoliberalismus muss die Familie gleichsam Vermögenswerte schaffen, und das Auf- und Erziehen der Kinder geschieht mit dem Ziel, einen möglichst hohen ›Return on Investment‹ zu erreichen (Brown 2015). Die hiermit verbundenen Figurationen, z. B. die der glamourösen Mutter in ihren Dreißigern, die mit dem Jogging-Buggy im Park sportlich ihre Runden dreht, stecken die Rahmenbedingungen für die neue moralische Ökonomie der heutigen Familie ab, die ihre eigenen Bedürfnisse vollständig selbst deckt und ohne jede staatliche Unterstützung für sich sorgen kann.

Ähnliche Momente des Ineinandergreifens mit der aktuellen Wirtschaftspolitik lassen sich am Aufkommen der ebenfalls im Fitnesslook imaginierten ›resilienten jungen Frau‹ nachvollziehen. Diese Stärke und Ausdauer signalisierende Figuration ist auch vom neuen Pop-Feminismus inspiriert, dessen Botschaft sie so übersetzt, dass diese sich mit den Anforderungen der Konsumkultur und den zeitgenössischen Formen von Gouvernamentalität in Einklang bringen lässt, die ihrerseits auch auf Konzepten der Selbst-Responsibilisierung – ein sperriger, aber Wendy Brown (2015) zufolge passender Begriff – beruhen. Im Begriff der Resilienz schwingt ein gewisses Maß an Spannung und Ambivalenz mit. Er taucht zunehmend auf den Seiten von Zeitschriften auf und ist Gill und Orgad (2018) zufolge – ihr Beispiel stammt aus der *Marie Claire* – Ausdruck der Erwartung gegenüber jungen Frauen, Rückschläge schnell überwinden zu können und mit allen Widrigkeiten des Lebens zurechtzukommen. Meiner Analyse nach markiert der Begriff eine Entwicklung weg von den fordernden neoliberalen Bedingungen und hin zum wettbewerbsorientierten ›Alpha Girl‹. Alpha Girls streben nach Perfektion und sind zugleich deren Verkörperung: Nicht nur akzeptieren diese jungen Frauen das Unperfekte in ihrem Leben und an sich selbst, sondern sie erkennen darüber hinaus das Bedürfnis nach Resilienz als einem persönlichen Therapeutikum an, das die Pathologien normativer Weiblichkeit offenbar verwalten und kontrollieren hilft, ohne auf das breitere politische Vokabular und Analysepotenzial des zeitgenössischen Feminismus zurückzugreifen. Stillschweigend und ohne den Feminismus aktiv zu verleugnen, verdrängt und ersetzt das Konzept der weiblichen Resilienz auf diese Weise feministische Ansätze, die eigentlich unmittelbar zur Verfügung ständen.

5. Schluss: Mediale Anker

Abschließend lässt sich allerdings feststellen, dass der Feminismus seine eigenen Zeitschriften hervorgebracht hat (siehe Leslie im Band), die eine tiefe Auseinandersetzung mit den Themen ermöglichen, die vom Mainstream beiseitegeschoben werden, wie Rassismus, Armut, Sexueller Missbrauch und sexuelle Belästigung. Hier erhalten die Stimmen und Körper der Body-Positivity-Bewegung und der Trans-Aktivist:innen einen Raum. Hier wird auch die Geschlechtskategorie der Frau oder des Mädchens an sich hinterfragt. In der Zeitschrift *gal-dem* (London, 2015–) werden bspw. Praktiken kritisch betrachtet, die angeblich auf ethnische Inklusion zielen, in Wirklichkeit jedoch

zur weiteren Verbreitung ethnischer Stereotype beitragen.⁶ Veröffentlichungen wie *bitch* (Portland 1996-2022), *missy* (Berlin, 2008-) und *gal-dem* verhelfen einem Genre offen feministischer Zeitschriften zu neuem Leben, das ohne Werbeeinnahmen aus der Zusammenarbeit mit großen Marken schon immer um seine Existenz kämpfen musste. Hieraus ergeben sich Fragen bezüglich der Markt- und Überlebensfähigkeit feministischer Zeitschriften, die ebenfalls von Interesse für aktuelle und künftige feministische Forschungsvorhaben sind. Tatsächlich finden junge feministische Forscher:innen in diesem Feld mehr als genug Ansatzpunkte für Studien. Betrachtenswert wäre etwa die oben angesprochene Fragmentierung des Mediums – die Blogger:innen und Influencer:innen, die selbsternannten Herausgeber:innen neu entstandener Online-Hochglanzmagazine, die jeweils eigene Geschäftsansätze verfolgen. Während sich einige von ihnen über monatliche Abonnements finanzieren, legen andere ihren Schwerpunkt auf die Zusammenarbeit mit großen Marken, die früher Werbeplätze in der *Vogue* kauften und heute nicht nur bereit sind, kleine Influencer:innen-Websites finanziell zu unterstützen, sondern sogar miteinander um solche Gelegenheiten konkurrieren. Durch all diese Formen von Social Media fließt ein Strom vielfältiger feministischer Stimmen. Die Zeitschrift, so ließe sich vor diesem Hintergrund argumentieren, besitzt als Genre heute die Funktion eines Ankers: Sie bietet einen Bezugspunkt, einen Raum für die Entwicklung neuer feministischer Analysewerkzeuge, die optimal auf die Untersuchung dieses neuen, sehr viel stärker durch Teilhabe geprägten Medientumsfelds abgestimmt sind.

Literatur

- Althusser, Louis (1977): *Ideologie und ideologische Staatsapparate. Aufsätze zur marxistischen Theorie*. Hamburg/Berlin: VSA.
- Banet-Weiser, Sarah (2018): *Empowered. Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham/London: Duke University Press.
- Baym, Nancy K. (2000): *Tune In Log On. Soaps, Fandom and Online Community*. London: Sage.
- Brown, Wendy (2015): *Undoing the Demos. Neoliberalism's Stealth Revolution*. New York: Zone Books.
- Butler, Judith (1997): *The Psychic Life of Power. Theories in Subjection*. Stanford: Stanford University Press.
- Coleman, Rebecca (2009): *The Becoming of Bodies. Girls, Images, Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Cooper, Melinda (2017): *Family Values. Between Neoliberalism and the New Social Conservatism*. New York: Zone Books.
- Dobson, Amy Shields/Akane Kanai (2018): *From Can-Do Girl to Insecure and Angry. Affective Dissonance in Young Women's Post-recessional Media*. In: *Feminist Media Studies* 19.6 (2018): S. 771-786.
- Donzelot, Jacques (1979): *The Policing of Families*. New York: Pantheon.

6 Vgl. die Filmkritik zu *Nappily Ever After* von Miranda Thomas in der *gal-dem* (2018).

- Foucault, Michel (1983): *Sexualität und Wahrheit*: Bd. 1. *Der Wille zum Wissen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gill, Rosalind (2007): *Gender and the Media*. Cambridge: Polity.
- Gill, Rosalind/Orgad, Shani (2018): *The Amazing Bounce-Backable Woman. Resilience and the Psychological Turn in Neoliberalism*. In: *Sociological Research Online* 23.2 (2018). S. 477-495.
- Gramsci, Antonio (2012 [1991ff]): *Gefängnishefte*. Bochmann, Klaus/Haug, Wolfgang Fritz (Hg.). 10 Bände. Hamburg: Argument Verlag.
- Hall, Stuart (2010 [1973]): *The Determinations of News Photographs*. In: Greer, Chris (Hg.): *Crime and Media. A Reader*. Abingdon: Routledge.
- Hermes, Joke (1995): *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*. Cambridge: Polity Press.
- Markham, Annette N./Baym, Nancy K. (Hg.) (2008): *Internet Inquiry. Conversations about Methods*. London: Sage.
- McRobbie, Angela (1982 [1977]): *Jackie. An ideology of Adolescent Femininity*. CCCS Stencilled Paper. In: Waites, Bernard/Bennett, Tony/Martin, Graham (Hg.): *Popular Culture Past and Present*. London: Routledge. S. 263-283.
- McRobbie, Angela (2009): *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture, and Social Change*. London: Sage.
- McRobbie, Angela (2010): *Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des Neoliberalen Geschlechterregimes*. Übers. Hark, Sabine/Villa, Paula-Irene. Wiesbaden: VS Verlag.
- McRobbie, Angela (2020): *Feminism and the Politics of Resilience. Essays on Gender, Media and the End of Welfare*. Cambridge: Polity Press.
- Mulvey, Laura (1999 [1975]): *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. In: Brandy, Leo/Cohen, Marshall (Hg.): *Film Theory and Criticism. Introductory Readings*. Oxford: Oxford University Press. S. 833-844.
- Riley, Denise (1992): *Citizenship and the Welfare State*. In: Allen, John/Braham, Peter/Lewis, Paul G. (Hg.): *Political and Economic Forms of Modernity*. Cambridge: Polity. S. 179-227.
- Rose, Jacqueline (1986): *Sexuality in the Field of Vision*. London: Verso.
- Thomas, Miranda (2018): *Nappily Ever After*. Review. *Relatable, But Not Revolutionary*. In: gal-dem October.
- Williamson, Judith (1978): *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London: Beyers.
- Winship, Janice (1985): *«A girl needs to get street-wise»*. *Magazines for the 1980s*. In: *Feminist Review* 21 (1985). S. 25-46.

