

# Geschichtswissenschaft und Mediengeschichte



# Historische Periodikaforschung

## Das Archiv britischer Wochen- und Monatszeitschriften

---

Howard Cox

### 1. Einleitung

Das Zeitschriftenverlagswesen bietet demjenigen, der sich mit historischer Forschung und Analyse auseinandersetzt, eine ergiebige Datenlage. Zum einen waren Produktion und Vertrieb dieser Art von Periodika wichtige Tätigkeiten in der frühen Entwicklungsphase der Kulturwirtschaft. Durch die Kombination von Text und Bild im Druckvorgang entwickelten sich aus der Zeitschriftenproduktion wichtige regionale Industriecluster unabhängiger Unternehmen, die verschiedene spezialisierte, für die Produktion von Zeitschriften notwendige Arbeitsschritte miteinander verbanden und schließlich zur Entstehung eines bedeutenden modernen Industriesektors führten (Cox/Mowatt 2014). Zum anderen haben die Zeitschriften selbst ein wertvolles Erbe an Dokumentationsmaterial hinterlassen, das in vielen Spezialgebieten der historischen Forschung Anwendung findet (siehe Becker im Band). Die sozialhistorische Forschung hat bspw. die Signifikanz der Illustrierten für die Alphabetisierung und die Verbreitung des Lesens zu Unterhaltungszwecken untersucht (Altick 1998; Ashley 2006; Tilley 2020; siehe Schneider im Band). In der politisch-historischen Forschung ist inzwischen die Bedeutung von Zeitschriften mit Karikaturen, wie *Punch* (1841-1992) oder *John Bull* (1906-1964), für die Auseinandersetzung mit politischen Themen in den Fokus gerückt, da hier kritische, oftmals offensichtlich satirische Kommentare zum aktuellen Zeitgeschehen in Szene gesetzt wurden (Reed 1997; de Nie 2020). Auch die frühen Schriften der Gender Studies erhielten durch die vielen Publikationen, die ausdrücklich ein weibliches Publikum ansprachen, viele Hinweise und Inspirationen (White 1970; Ferguson 1983; Beetham 1996). Weiterhin hat die kulturhistorische Forschung einzelne einflussreiche Massenblätter, wie die *Picture Post* (1938-1957), und Karrieren von Verlegern wie George Newnes herangezogen, um zu untersuchen, wie Zeitschriften sich wandelnde soziale Konventionen und Verhaltensweisen formten und reflektierten (Weightman 1991; Jackson 2001). Die Entwicklung in der Gestaltung von Zeitschriften hat in jüngerer Zeit ebenfalls einen neuen historischen Forschungsbereich eröffnet (Quinn 2016; siehe Voelker, Leslie im Band).

Dieser Beitrag wird an einigen Ansätzen aus verschiedenen historischen Disziplinen aufzeigen, wie der Nachlass dieser Wochen- und Monatszeitschriften in der Forschung und bei der Analyse langfristiger Entwicklungs- und Veränderungsprozesse genutzt wurde. Es wird in diesem Beitrag zunächst die historische Entwicklung des Verlagswesens als unternehmerische Tätigkeit betrachtet und auf die Bedeutung des technologischen Wandels eingegangen. Darauf folgt eine Auseinandersetzung mit historischen Forschungsthemen, für deren Untersuchung Inhalte von Periodika eingehend analysiert und effizient genutzt wurden.

Die aufgeführten Beispiele historischer Forschung beziehen sich auf den Nachlass britischer Zeitschriften des 18. bis 20. Jahrhunderts. Im Laufe dieser dreihundert Jahre bot Großbritannien einen besonders guten Nährboden für die Entstehung von Zeitschriften. Wie kürzlich von Rooney (2020) dargelegt, konnte gerade Großbritannien eine bedeutende Zeitschriftenverlagsbranche auf den Weg bringen, weil die Leser:innen-schaft dort besser erreichbar war (siehe Zwierlein im Band). Die Erreichbarkeit verdankte die Zeitschriftenbranche der hohen Alphabetisierungsrate des Landes, den wachsenden Kapazitäten im landesweiten Verkehrsnetz für den Gütertransport und der verhältnismäßig guten Verfügbarkeit von zum Lesen geeigneten Orten. Das relativ hohe Alphabetisierungsniveau entwickelte sich im 18. Jahrhundert und wurde ab den 1830er Jahren durch das staatliche Engagement im Bereich der Grundschulbildung noch ausgebaut, so dass den Verlegern des 19. Jahrhunderts in Großbritannien schließlich das größte Lesepublikum Europas mit einer gemeinsamen Sprache zur Verfügung stand. Außerdem war die wachsende Stadtbevölkerung mit einem landesweiten Netz an gut ausgebauten Straßen und – ab Mitte des Jahrhunderts – auch Schienen erreichbar. Bereits im Jahr 1792 konnte das Unternehmen von W.H. Smith das entstandene Verkehrsnetz nutzen, um ein landesweites Vertriebsnetz für Periodika aufzubauen, das schließlich auch ein eigenes Netzwerk von Bahnhofsbuchhandlungen und Ladengeschäften einschloss. Die Eisenbahn tat ein Übriges dazu, dass neue Räume entstanden, in denen Zeitschriften gelesen werden konnten. Ebenso stieg durch die Zunahme öffentlicher Bibliotheken in den meisten Städten Großbritanniens das Angebot an Leseräumen (siehe Iqani im Band).

In der englischsprachigen Welt sorgt dieser Reichtum an britischen Zeitschriften für eine außerordentlich große Menge an Archivmaterial. Viele Zeitschriftensammlungen des 18. und 19. Jahrhunderts sind inzwischen über die British Library digital verfügbar. Bis zum 20. Jahrhundert kam eine wachsende Anzahl von Zeitschriften in Großbritannien in Umlauf, die von US-amerikanischen Unternehmen produziert wurden, z. B. die National Magazine Company von William Hearst (Hearst Communications) oder die seines New Yorker Rivalen Condé Nast. Reed (1997) bietet einen guten Vergleich der Entwicklung des britischen und amerikanischen Verlagswesens zwischen 1880 und 1960. Außerhalb des englischsprachigen Raumes sind sowohl in Frankreich als auch in Deutschland während des 19. und 20. Jahrhunderts wichtige illustrierte Zeitschriften entstanden (siehe Fröhlich, Podewski, Kaminiski im Band). In Frankreich konzentrierten sich die tonangebenden illustrierten Zeitschriften im 19. Jahrhundert hauptsächlich auf den Pariser Raum und spezialisierten sich besonders auf den Bereich der modischen Bekleidung, wie etwa *Le Moniteur de la Mode* (1843-1892). Deutschland stach aufgrund der Fortschritte in den Bereichen Drucktechnik und Fotografie (besonders durch die Kleinbildkamera von Leica) in den 1920er und 1930er Jahren mit Veröffentlichungen von qualitativ hoch-

wertigem Fotojournalismus hervor (siehe Ruchatz, Improda im Band); ein Beispiel hierfür ist die *Münchener Illustrierte Presse* (1925-1944). Die Nachweise in diesem Kapitel basieren auf der Untersuchung von Zeitschriften, die in Großbritannien produziert wurden und sollen grundsätzlich aufzeigen, auf welche Art und Weise Zeitschriften die Forschung mit Quellenmaterial und historischen Einblicken versorgen (siehe Paccaud, Morin im Band).

## 2. Das Zeitschriftenverlagswesen im Laufe der Jahrhunderte

Die Geschichtsforschung hat die kommerziellen Aspekte von Zeitschriften in Großbritannien aus den verschiedensten Perspektiven beleuchtet. Die wirtschaftshistorische Forschung hat bspw. besonders den Einfluss politischer Entscheidungen auf die Zeitschriftenbranche untersucht. Die im 18. und 19. Jahrhundert eingeführten Steuern auf Zeitungen, auf ihre kommerziellen Werbeinhalte und ihren Hauptbestandteil, das Papier – zusammen als ›taxes on knowledge‹ bezeichnet (im Deutschen bekannt unter dem Begriff der Stempelsteuer, die aber tatsächlich nur eine dieser Steuern war) – und ihr Einfluss auf die Zeitschriftenbranche waren und sind Interessenschwerpunkte der politikwissenschaftlichen und wirtschaftsgeschichtlichen Forschung (Asquith 1978; Black 2001; Cox/Mowatt 2020). Diese Besteuerungsmaßnahmen haben im 19. Jahrhundert sowohl die Strukturen der Verlagstätigkeit als auch die Weiterentwicklung der Produktionstechnologie im Bereich der Periodika beeinflusst (Roberto 2020).

Eine Stempelsteuer wurde erstmals im Jahr 1712 erhoben. Sie förderte indirekt verlegerische Formate, die eine eigentliche Berichterstattung vermieden und dem Publikum stattdessen Leseunterhaltung boten. Schließlich entstand die britische Zeitschriftenbranche aus einer Gruppe von Unternehmen, die sich im frühen 18. Jahrhundert im Londoner Stadtgebiet nördlich der Themse und um Blackfriars ansiedelten, einem Stadtteil, der als ›Grub Street‹ bekannt wurde (nach einer alten Londoner Straße, die damals ein Zentrum des Journalismus war). In diesem Cluster gab es eine Reihe von Lohndruckern, Illustratoren, Zeitungsschreibern (*hacks*), sowie Straßenverkäufern (*hawkers*), die zusammen eine frühe Form von Industriedistrikt bildeten. Im Jahr 1731 verlegte dann Edward Cave, ein Journalist, der schon eine Anzahl von Einzelveröffentlichungen herausgebracht hatte, eine Monatszeitschrift mit dem Titel *Gentleman's Magazine* (1731-1907). Diese Monatszeitschrift wurde in London, St John's Gate, gedruckt und zeigte auf ihrer Titelseite eine sehr schöne Radierung dieses Tores. Für seine monatliche Zusammenstellung nutzte Cave Material, das vorher schon in anderen Zeitschriften veröffentlicht worden war – eine sehr übliche Vorgehensweise der frühen Zeitschriftenverlage. Caves Formel für den kommerziellen Erfolg begründete sich einerseits auf den Inhalten, die er monatlich veröffentlichte, und andererseits auf seinem Vertrieb über Londons Grenzen hinaus, mithilfe eines Netzwerks von Provinzbuchhandlungen, mit denen er schon zuvor Handelsbeziehungen aufgebaut hatte (Clarke 2004). Überraschenderweise existierte Caves Schöpfung durchgängig 175 Jahre lang. Sie wurde immer wieder von Verlag zu Verlag weitergereicht, bis ihr Erscheinen schließlich im Jahr 1907 eingestellt wurde (Brake/Demoor 2009).

Während und nach der Zeit der Napoleonischen Kriege (1803-1815) wurden die ›taxes on knowledge‹ drastisch erhöht. Der Einfluss der Steuerpolitik Großbritanniens auf das Erscheinen von Periodika machte sich am deutlichsten zu Beginn der 1820er Jahre bemerkbar. In der Konsequenz war das zweite Quartal des 19. Jahrhunderts eine besonders wichtige Wachstumsphase für die Zeitschriftenauflagen in Großbritannien: die scharfe Besteuerung von Zeitungen und die hohen Kosten gebundener Bücher ermöglichten es den Wochen- und Monatszeitschriften, eine Auswahl an Lesematerial zu bieten, das zusätzlich auch mit illustrativen Holzschnitten veredelt werden konnte; wohl eines der schönsten Beispiele dafür war Charles Knights außerordentlich beliebte Wochenzeitschrift *Penny Magazine* (1832-1845; siehe Anderson 1991: 50-83). In dieser Zeit entstanden auch die Monatszeitschriften, die eine entscheidende Rolle für die Bereitstellung von Unterhaltungsliteratur spielten (Pearson 2000). So erreichten auch Charles Dickens Romane während seiner gesamten schriftstellerischen Tätigkeit, die 1833 mit einer Kurzgeschichte im *Monthly Magazine* (1796-1843) begann, ihr Publikum ausnahmslos zuerst über Periodika (siehe Kaminiski im Band), die anfänglich für einen Preis von einem Schilling pro Ausgabe verkauft wurden (Tomalin 2011).

Neben den steuerlichen Vorteilen, die die Produktion solcher Periodika stimulierten, spielten technische Innovationen im Druckerei- und Verlagswesen eine Schlüsselrolle bei der Ausbreitung der Zeitschrift als Wegbereiterin für neue Leseformate. Die Entwicklung des Klischees (*stereotyping*) in den 1820er Jahren bedeutete, dass Illustrationen und gesetzte Seiten aufbewahrt werden konnten, und ermöglichte so Wiederauflagen alter Ausgaben einer Zeitschrift mit verhältnismäßig geringem Kostenaufwand. In einigen Fällen ermöglichte dieser Nachdruck den Verkauf von mehr als 100.000 Exemplaren einer Ausgabe. Als frühestes Beispiel eines solchen Massenblattes in Großbritannien wird der *Mirror of Literature, Amusement, and Instruction* (1822-1849) angesehen, herausgegeben in London von John Limbird. Das Blatt wurde als Wochenzeitschrift für einen Preis von zwei Pennys verkauft. Kaum mehr als zehn Jahre später wurden die ersten Ausgaben von Charles Knights *Penny Magazine* mit einer Auflage von 200.000 Exemplaren verkauft (siehe Altick 1998: 335). Dies belegt die entscheidenden Fortschritte in der Drucktechnik und auch die verbesserten Möglichkeiten, illustrierte Zeitschriften den Interessen und dem Geldbeutel eines breiteren Lesepublikums anzupassen.

Im Jahr 1836 wurde die Stempelsteuer auf Zeitungen, vor ihrer endgültigen Abschaffung im Jahr 1855, deutlich reduziert. Von diesem Zeitpunkt an war der technologische Fortschritt ein Schlüsselfaktor für den Erfolg der Zeitschriftenproduktion. Im zeitlichen Verlauf finden sich immer wieder Perioden, in denen sich technologische Entwicklungen besonders vorteilhaft auf die Herstellung von Druckerzeugnissen im Zeitschriftenformat auswirkten. Ende des 19. Jahrhunderts ermöglichten zahlreiche technische Innovationen im Bereich der Druckmaschinen für das Hochdruckverfahren und in der grafischen Reproduktion zusammen mit kostengünstigeren Rohmaterialien, besonders durch die Verwendung von Zellstoff in der Papierherstellung, eine Periode schnellen Wachstums. Es entstanden zahlreiche neue Zeitschriften, und auch eine Handvoll der bekannten Zeitschriften erfreute sich größerer Beliebtheit als je zuvor; so etwa *Tit-Bits* (1881-1984), *Answers to Correspondents* (1888-1955) und *Pearson's Weekly* (1890-1913), deren wöchentliche Verkaufszahlen Ende der 1890er die Millionengrenze überschritten. Diese letztgenannten Zeitschriften fanden einen wachsenden Markt im städtischen

Pendelverkehr, der vor dem Entstehen populärer Tageszeitungen für ein großes neues Lesepublikum im Zeitschriftensektor sorgte. Mit den zunehmenden Möglichkeiten der Außenwerbung und der Steigerung der Verkaufszahlen durch Gewinnspiele entstand eine Gruppe neuer Verlagshäuser, die gewaltige Absatzzahlen für ihre Titel realisieren konnte. Diese Zeitschriften boten günstige Ablenkung und Unterhaltung und wurden zu einem typischen Bestandteil des britischen Lebens im späten viktorianischen und edwardischen Zeitalter (siehe Shoop-Worrall im Band). Sie bildeten außerdem die Grundlage für Unternehmer wie George Newnes, die Harmsworth-Brüder oder C. Arthur Pearson, die die Zeitschriftenverlage zu Großunternehmen mit breiten, stark gewerkschaftlich organisierten Belegschaften machten (vgl. Engel 1996; Cox/Mowatt 2014).

Einen weiteren Durchbruch stellten technische Neuerungen dar, die qualitativ hochwertige Schwarz-Weiß- und Farbillustrationen ermöglichten und ab den 1930ern bis in die 1950er Jahre hinein die Geschäfte der Verlage weiter ankurbelten. In den 1930er Jahren waren Druckerzeugnisse wie Zeitschriften zu einer wichtigen Komponente in der Welt der Medien geworden (siehe Afflerbach im Band), die sich auch durch das Aufkommen des Kinos und des Radios erheblich erweitert hatte. Im Verlagswesen war die wichtigste Entwicklung dieser Zeit die Perfektionierung des Tiefdruckverfahrens. Die Tiefdrucktechnik fußte auf der etablierten Kupferstichtchnik und ermöglichte eine qualitativ hochwertigere fotografische Reproduktion als das noch vorherrschende Hochdruckverfahren mit seinem Halbtone-System (eine Technik, die auf Rasterpunkten basierte). Das Tiefdruckverfahren wurde in Großbritannien von Sun Printers und Odhams Press eingeführt, die schließlich auch den Markt beherrschten. Dieses High-Speed-Verfahren erlaubte es den führenden Wochenzeitschriften für die Damenwelt, farbige Seiten sowohl für redaktionelle Inhalte als auch zu Werbezwecken einzufügen und ermöglichte zudem die Herausbildung von niedrigpreisigen, aber hochwertig illustrierten Wochenzeitschriften, bspw. *Picture Post* (1938-1957) oder *Illustrated London News* (1842-2003; vgl. Greenhill/Reynolds 2010). Auch die dramatischen Bilder der Kriegsfotografie belebten das Geschäft der illustrierten Zeitschriften weiter, und so wurden sie zu einer kulturellen Institution im britischen Alltag der 1940er und 1950er Jahre (Weightman 1991).

In jüngerer Zeit, in den letzten zwei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, hielt die computergesteuerte Digitaltechnik Einzug in Layout und Druck und ermöglichte eine kosteneffiziente Produktion von Zeitschriften mit relativ kleiner Auflage (siehe Leslie im Band). Desktop-Publishing-Software und damit verbundene Druckformen auf Basis der schon lang etablierten Lithografiertechnik führten zu einer wachsenden Zahl monatlicher Themenzeitschriften mit eigenen redaktionellen Inhalten und auf ihre Zielgruppen abgestimmter Werbung (siehe von Rimscha im Band). Einen besonderen Aufschwung erfuhren die Männermagazine (siehe Freitag, Krämer im Band), ein Segment, das bis dahin eher vernachlässigt worden war, und die Regenbogenpresse, die internationale Ausgaben ermöglichte und sich so die schnell zunehmende Globalisierung zunutze machen konnte. Mit dem Entstehen des World Wide Web in den späten 1990er Jahren begann sich schließlich ein Trend weg vom gedruckten Medium und hin zu virtuellen Formaten abzuzeichnen (siehe Holmes im Band). Für die Neueste und Zeitgeschichte bietet sich die Zeitschriftenbranche zur Untersuchung der Folgen der digitalen Revolution und der beginnenden Ära der Social Media besonders an (siehe McRobbie im Band). Es ist ein

Bereich, in dem die Plattformen der Onlinemagazine ein großes Feld kultureller Themenschwerpunkte offerieren (Cox/Mowatt 2008).

### 3. Inhaltsanalyse von Zeitschriften

Werden Zeitschrifteninhalte als Quellmaterial für die Geschichtswissenschaft betrachtet, so lassen sich einige Untersuchungsfelder identifizieren, in denen sie besonders effektiv genutzt wurden. Für Themenbereiche wie aktuelle politische (siehe Mehnert im Band) und religiöse Debatten (siehe Bassimir im Band), die Alphabetisierung oder das Aufkommen von Freizeitbeschäftigungen (siehe Buck im Band) in verschiedenen Bevölkerungsgruppen haben sich Zeitschrifteninhalte bereits als eine wertvolle Forschungsbasis erwiesen. Das Feld der Gender Studies wurde stark durch die Art der Zeitschrifteninhalte beeinflusst (siehe Seidel im Band), insbesondere durch die Inhalte von Frauenzeitschriften mit hohen Auflagen. Tatsächlich sind Zeitschriften von jeher geschlechtsspezifisch aufgestellt (siehe Brake 1995: 104; Fazli, »Humandifferenzierung« im Band).

Zeitschriften für den gebildeten Herrn mit radikaler politischer Einstellung waren im 18. und 19. Jahrhundert weit verbreitet. Eine Analyse ihrer Inhalte kann somit ein wichtiger Fundus an Schriftzeugnissen derer sein, die politische Reformen vorantreiben wollten. Der Medienhistoriker Martin Conboy (2020: 508) merkt dazu an, dass traditionell eher Zeitschriften – nicht Zeitungen im klassischen Sinn – als Ort für Angriffe auf die Regierung und zur Anfechtung der akzeptierten Normen von Kommentar und Diskussion in der Presse dienten; dazu gehörten im 18. Jahrhundert Formate wie *Tatler* (1709–1711), *Spectator* (1711–1712; 1714), *Examiner* (1710–1714) oder *Gentleman's Magazine*, sowie *The True Briton* (1793–1804) von John Wilkes im späten 18. Jahrhundert. Diese radikale Aufstellung der Zeitschriften wurde in Großbritannien bis in das 19. Jahrhundert hinein beibehalten; besonders deutlich wird dies in Bezug auf die politischen Rechte der Arbeiter:innenschaft, mit Zeitschriften wie dem *Poor Man's Guardian* (1831–1835), und ebenso mit Blick auf die Kampagne zur Abschaffung der britischen Corn Laws. Im letzteren Fall sollten die Einfuhrzölle auf Getreide reduziert und damit die Preise für Brot, welches das Grundnahrungsmittel der wachsenden städtischen Arbeiter:innenschaft in Großbritannien war, gesenkt werden. Tatsächlich wurde die heutige Zeitschrift *The Economist* 1843 von dem politischen Aktivisten Walter Bagehot veröffentlicht, um genau dieses Anliegen voranzutreiben (siehe Thompson 2020: 541).

Im 19. Jahrhundert wurde das Eintreten für politische und religiöse Reformen besonders durch Techniken der Verspottung unterstützt. Dies machte Satire-Zeitschriften wie *Punch* (1841–1992) berühmt. Texte und Illustrationen von Zeitschriften wie bspw. *Punch* oder *Vanity Fair* (1868–1914) bieten der kultur- und politisch-historischen Forschung ergiebige Material für zahlreiche Problemanalysen. Dominic Janes (2014: 66) argumentiert bspw., dass das Studium der Kombination von Text und Bild in den Satiren des Magazins *Punch* zu einem besseren Verständnis darüber führen könne, in welchem Ausmaß das Erscheinungsbild der Zeitschrift eine Schlüsselrolle für die religiöse Auseinandersetzung im frühen und mittleren viktorianischen Zeitalter Großbritanniens spielte. Seine Analyse der Inhalte der frühen *Punch*-Ausgaben zeigt, dass die anfänglichen Attacken der Zeitschrift auf den Evangelikalismus (siehe Bassimir im Band) – federführend war



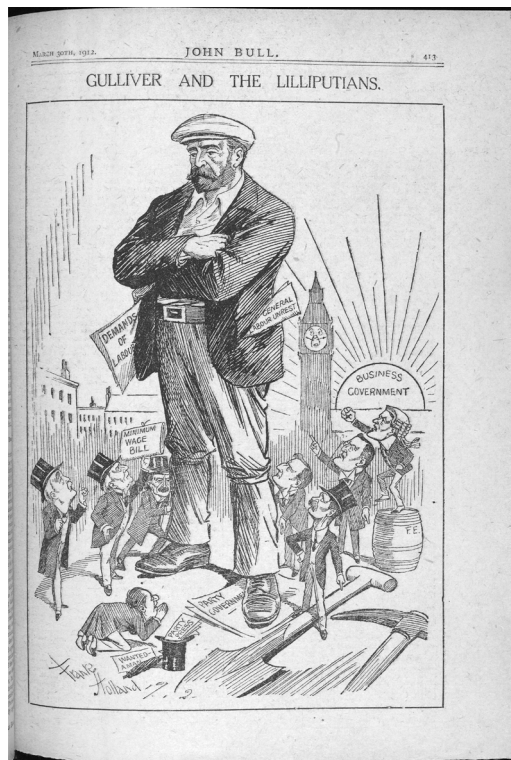
hier Douglas Jerrold – nach 1850 unter William Makepeace Thackeray von einer stärker anti-katholischen Ausrichtung abgelöst wurden. Zentrale Themen der Redaktion zu dieser Zeit waren die Darstellung der katholischen Kirche als extrem materialistisch und das Anfachen einer weit verbreiteten Besorgnis der nicht-katholischen Bevölkerung über die Behandlung junger Mädchen in Klöstern. Solche Ängste boten optimale Voraussetzungen für Karikaturisten wie John Leech, der in einem seiner typischen Werke einen katholischen Priester darstellte, der eine junge Erbin dazu verführen möchte, beim Eintritt ins Kloster ihr Vermögen abzugeben (73).

Der Politikhistoriker John B. Osborne (2007) stellt dar, wie die politischen Karikaturen in *Vanity Fair* dem Herausgeber Thomas Gibson Bowles die Munition lieferten, um die britische Führung zwischen 1868 und 1889 zu kritisieren. Die Auflage der Zeitschrift stieg 1869 deutlich, nachdem begonnen wurde, politische Karikaturen aus der Feder des Zeichners Carlo Pellegrini als ganzseitige Farblithografien abzudrucken. Osborne (307) führt dazu aus, dass Bowles sich diese Karikaturen als satirische Porträts dachte und hier ein völlig neues Genre im Kopf hatte, das sich von den Karikaturen der übrigen Periodika absetzen sollte. Im Wesentlichen sollten diese Illustrationen die Charakteristika der Persönlichkeiten in einer Art und Weise überzeichnen, die Bowles' Texte ergänzen würde. Als Herausgeber der Zeitschrift versuchte er die Wichtigkeit nationaler Themen zu betonen und sie über die engen Vorstellungen der einzelnen Parteien zu stellen. So wurde Sir Stafford Northcote, der Vorsitzende der Konservativen im Unterhaus in den 1880ern, von Bowles als ein prinzipienloser Parteigänger dargestellt und die begleitende Karikatur zeigt ihn als gebeugten, schüchternen Mann, einfältig und charakterlos (siehe 311). Nach Pellegrini wurde Leslie Ward der Hauptillustrator für *Vanity Fair*, der unter dem Pseudonym Spy zum bekanntesten britischen Karikaturisten des späten viktorianischen Zeitalters wurde. Mit seinen Zeichnungen schuf er den perfekten Kontrasthintergrund für Bowles' politische Schmähungen.

Trotz ihrer offensichtlichen historischen Signifikanz waren beide Zeitschriften, *Punch* und *Vanity Fair*, auf ein verhältnismäßig kleines, hauptsächlich elitäres und männliches Publikum ausgerichtet und spiegelten damit auch zum Teil die fehlenden Rechte der Arbeiter:innenklasse und der Frauen wider. Bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts erhielt allerdings ein deutlich größerer Teil der männlichen Bevölkerung das Wahlrecht und der Ruf nach dem Wahlrecht für Frauen wurde zu einem wichtigen politischen Thema. Infolge des dritten Reformgesetzes von 1884 erhielten etwa 63 Prozent der erwachsenen Männer in Großbritannien das Wahlrecht. Damit waren die Bemühungen, sich ihre politische Unterstützung mithilfe der Printmedien zu sichern, von entscheidender Bedeutung. Grundsätzlich waren es die gerade aufkommenden populären Tageszeitungen, die dazu dienen sollten, die politischen Überzeugungen der neuen Wähler zu formen. Unter den neuen Populärzeitschriften, die in der Phase vor dem Ersten Weltkrieg entstanden, war eine besonders erfolgreich darin, mithilfe politischer Themen ein großes Lesepublikum zu generieren: die Wochenzeitschrift *John Bull* (1906-1920) des Horatio Bottomley, einem parteilosen Mitglied des Unterhauses. Als politischer Querdenker versuchte Bottomley die festgefahrene, eigennützige Zwei-Parteien-Struktur in der britischen Politik aufzubrechen und durch eine Regierungsform zu ersetzen, die wirtschaftliche Interessen unterstützte: ein »Business Government« (siehe Abb. 1). Das Magazin *John Bull* verarbeitete seine politische Überzeugung im redaktio-

nellen Format einer Populärzeitschrift und lud die Leser:innen ein, sich proaktiv an der Anti-Korruptions-Linie Bottomleys auszurichten. Die Karikaturen von Frank Holland wurden als Werbung für Bottomley – in seiner Verkleidung als *John Bull* – und für seine politischen Ziele genutzt, wobei das Magazin gleichzeitig sein Publikum animierte, der ›John Bull League‹ beizutreten, die immer stärker politisiert wurde. Wenn man die Inhalte von Bottomleys Zeitschrift mit denen der drei führenden rivalisierenden Wochenzeitschriften von 1910 vergleicht, zeigt sich, dass *John Bull* die Erzählliteratur vermied und stattdessen öffentliche, gewerbliche, wirtschaftliche und soziale Probleme deutlich stärker hervorhob (Cox/Mowatt 2019). Diese Kombination aus Satire und ernsthafter Agitation machte *John Bull* in den Jahren vor und während des Ersten Weltkriegs zu einem Phänomen im britischen Verlagswesen. Auch wenn Bottomleys politische Pläne für das Land durch den Kriegsbeginn 1914 durchkreuzt wurden, hatte *John Bull* weiter Erfolg und erreichte 1918 wöchentlich über zwei Millionen Menschen – das Magazin setzte damit neue Maßstäbe für Populärzeitschriften in Großbritannien.

Abbildung 1: *John Bull*, 30. März 1912, Bd. 12, S. 413.  
Kein Urheberrechtsschutz.



Die rasante Zunahme von Zeitschriften in den zwanzig Jahren vor der Jahrhundertwende war bei den Frauenzeitschriften noch ausgeprägter. Kathryn Ledbetter (2020) bemerkt dazu, dass sich der Fokus der Frauenzeitschriften schon vor den 1870er Jahren zu erweitern begann. Zusätzlich zu den traditionellen Unterhaltungsthemen und Haushaltsfragen ging es nun auch um Themen wie Wahlrecht, Berufschancen und höhere Bildung. Diese neuen Aspekte des weiblichen Bewusstseins wurden unter dem Begriff ›New Woman‹ zusammengefasst: Diese Frau war intelligent, unabhängig und sozial fortschrittlich. Infolge ihrer Analyse von Zeitschriften für junge Mädchen identifiziert Kristine Moruzi (2017) das Dilemma junger Frauen dieser Zeit: Zum einen sollten sie die Hausarbeit erledigen, aber zum anderen auch einen höheren Bildungsstand anstreben. Sie zeigt auf, dass eine ganze Anzahl von Zeitschriften unterschiedlicher politischer und religiöser Ausrichtungen begann, den Mädchen eine Einschreibung in die damals neu eröffneten Mädchen-Colleges an den Universitäten in Oxford, Cambridge oder London zu empfehlen. Es kann nicht überraschen, dass die satirische Presse das Konzept ›New Woman‹ verspottete, ganz besonders natürlich *Punch*. Tracy Collins (2010) verwendet neun Karikaturen dieser Zeitschrift, um die Darstellung von Frauen in Sportkleidung, die bis dahin üblicherweise ausschließlich von Männern getragen wurde, noch einmal hervorzuheben. Ihre Schlussfolgerung ist bemerkenswert: Ob das Konzept der ›New Woman‹ nun auf Fakten fußte oder nicht, die (dank *Punch*) deutlich sichtbar maskulinisierte Darstellung von Frauen in Sportkleidung habe die Sozialgeschichte maßgeblich geprägt (332). Noch bedeutender sei allerdings, dass *Punch* der weiblichen Emanzipation einen wettbewerbsfähigen athletischen Körper gab – nicht nur für die kulturelle Bewegung des *fin de siècle*, sondern auch für die deutlich an Kraft gewinnende Frauenbewegung des neuen Jahrhunderts (332).

Ungeachtet des Kampfes für das Frauenwahlrecht, der Anfang des 20. Jahrhunderts erfolgreich war, lässt sich aus dem Archivnachlass populärer Frauenzeitschriften zuvorderst schließen, dass diese Publikationen eine wichtigere Rolle für das häusliche als für das politische Leben spielten. Der gewaltige Erfolg der Veröffentlichungen von Samuel und Isabella Beeton – in dessen Zentrum ihre erstmals im Jahr 1852 erschienene Zeitschrift *Englishwoman's Domestic Magazine* (1852-1879) stand – fußte auf den beiden Säulen Schönheit/Mode/Kleidung und Haushalt, die für mehrere Generationen die Hauptthemen von Frauenzeitschriften blieben (Beetham 1996; Codell 2018). Die Notwendigkeit von Werbeeinnahmen machte materialistische Ansätze zu einem redaktionellen Erfordernis für Frauenzeitschriften, die in Massenauflage erschienen. In einer detaillierten Inhaltsanalyse aller 377 Ausgaben der britischen Frauenzeitschrift *Woman's Own*, herausgegeben von Oktober 1932 bis Dezember 1939, stellen Greenfield und Reid (1998) dar, dass 34 Prozent der Artikel Fragen der Haushaltsführung (Kochen, Kindererziehung und Haushaltspflege) und 43 Prozent das Thema Aussehen (Stricken und Nähen, Schönheit und Mode) behandelten. Diese Interessengebiete entsprachen genau den Werbeeinhalten der Zeitschriften, deren Anteil von durchschnittlich zehn Seiten (28,7 Prozent) im Jahr 1932 auf 24 Seiten (46,3 Prozent) am Ende des Jahres 1939 stieg.

Die Bedeutung der Werbung (siehe von Rimscha im Band) als Zeitschrifteninhalt kann sowohl komparativ als auch historisch betrachtet werden. Laurel Brake (2015) weist darauf hin, dass einige Verzeichnisse von Periodika, die ab Mitte des 19. Jahrhunderts herausgegeben wurden, auch Angaben zu den Preisen für Werbeanzeigen in verschie-

denen Zeitschriften enthalten. Diese lassen sich kreuztabellarisch mit den Verkaufszahlen ins Verhältnis setzen, um Veränderungen im Einfluss einer Zeitschrift auf das Ausgabeverhalten ihres Publikums zu messen. Die Verzeichnisse selbst liegen nicht in digitaler Form vor, es wurden jedoch Online-Datenbanken der Periodika des 18. und 19. Jahrhunderts erstellt. Christopher Kent (2020) verwendet bei der Betrachtung der Entwicklung von Unterhaltungs- und Hobbysegmenten in der Zeitschriftenbranche somit die digitalisierten Inhalte der Waterloo-Datenbanken, um die gewaltige Menge relevanter Zeitschriftentitel für den Freizeitbereich zu erfassen. Mit einem detaillierten Ausflug in die Sphäre der digitalen Zeitschriftendatenbanken illustriert Linda Hughes (2014: 21), wie sich die Schlüsselwortsuche in solchen Datenbanken als Instrument zur Entdeckung bisher ungeahnter Dialoge zwischen Texten unterschiedlichster Provenienz in Bezug auf Klasse und Geschlecht (siehe Becker im Band) sowie politisches und symbolisches Kapital nutzen lässt (siehe Fazli, »Humandifferenzierung« im Band). Die Technologie des 21. Jahrhunderts eröffnet folglich neue Wege für die historische Recherche (siehe Priewe im Band) im Rückgriff auf den Archivnachlass von Populärzeitschriften.

## Literatur

- Altick, Richard D. (1998): *The English Common Reader. A Social History of the Mass Reading Public, 1800-1900*. Columbus, OH: Ohio State University Press.
- Anderson, Patricia (1991): *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture, 1790-1860*. Oxford: Clarendon Press.
- Ashley, Mike (2006): *The Age of the Storytellers. British Popular Fiction Magazines, 1880-1950*. London: British Library.
- Asquith, Ivon (1978): *The Structure, Ownership and Control of the Press, 1780-1855*. In: Boyce, George/Curran, James/Wingate, Pauline (Hg.): *Newspaper History: From the 17<sup>th</sup> Century to the Present Day*. London: Constable. S. 98-129.
- Beetham, Margaret (1996): *A Magazine of Her Own? Domesticity and Desire in the Women's Magazine, 1800-1914*. London: Routledge.
- Black, Jeremy (2001): *The English Press, 1621-1861*. Stroud: Alan Sutton Publishing.
- Brake, Laurel (1995): *Gendered Space and the British Press*. In: *Studies in Newspaper and Periodical History* 3.1-2 (1995). S. 99-110.
- Brake, Laurel (2015): *Nineteenth Century Newspaper Press Directories: The National Gallery of the British Press*. In: *Victorian Periodicals Review* 48.4 (2015). S. 569-590.
- Brake, Laurel/Demoor, Marysa (Hg.) (2009): *Dictionary of Nineteenth Century Journalism in Great Britain and Ireland*. Gent, London: Academia Press, British Library.
- Clarke, Bob (2004): *From Grub Street to Fleet Street. An Illustrated History of English Newspapers to 1899*. Aldershot: Ashgate.
- Codell, Julie (2018): *Introduction. Domesticity, Culture and the Victorian Press*. In: *Victorian Periodicals Review* 51.2 (2018). S. 215-229.
- Collins, Tracy J.R. (2010): *Athletic Fashion, Punch, and the Creation of the New Woman*. In: *Victorian Periodicals Review* 43.3 (2010). S. 309-335.
- Conboy, Martin (2020): *The Press and Radical Expression. Structure and Dissemination*. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*.

- Vol. 2: Expansion and Evolution, 1800-1900. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 507-525.
- Cox, Howard/Mowatt, Simon (2008): Technological Change and Forms of Innovation in Consumer Magazine Publishing. A UK-based Study. In: *Technology Analysis and Strategic Management* 20.4 (2008). S. 503-520.
- Cox, Howard/Mowatt, Simon (2014): *Revolutions from Grub Street. A History of Magazine Publishing in Britain*. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Cox, Howard/Mowatt, Simon (2019): Horatio Bottomley and the Rise of *John Bull* Magazine. Mobilizing a Mass Audience in Late Edwardian Britain. In: *Media History* 25.1 (2019). S. 100-125.
- Cox, Howard/Mowatt, Simon (2020): The Economics of Press and Periodical Production. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: Expansion and Evolution, 1800-1900. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 35-57.
- de Nie, Michael (2020): The Satirical Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: Expansion and Evolution, 1800-1900. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 419-437.
- Engel, Matthew (1996): *Tickle the Public. One Hundred Years of the Popular Press*. London: Victor Gollancz.
- Ferguson, Marjorie (1983): *Forever Feminine. Women's Magazines and the Cult of Femininity*. London: Heinemann.
- Greenfield, Jill/Reid, Chris (1998): Women's Magazines and the Commercial Orchestration of Femininity in the 1930s. Evidence from *Woman's Own*. In: *Media History* 4.2 (1998). S. 161-174.
- Greenhill, Peter/Reynolds, Brian (2010): *The Way of the Sun. The Story of Sun Engraving and Sun Printers*. Clairemont, Ontario: True to Type Books.
- Hughes, Linda (2014): SIDEWAYS! Navigating the Material(ity) of Print Culture. In: *Victorian Periodicals Review* 47.1 (2014). S. 1-30.
- Jackson, Kate (2001): *George Newnes and the New Journalism in Britain, 1880-1910*. Aldershot: Ashgate.
- Janes, Dominic (2014): The Role of Visual Appearance in Punch's Early Victorian Satires on Religion. In: *Victorian Periodicals Review* 47.4 (2014). S. 66-86.
- Kent, Christopher (2020): The Leisure and Hobby Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: Expansion and Evolution, 1800-1900. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 596-616.
- Ledbetter, Kathryn (2020): The Women's Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: Expansion and Evolution, 1800-1900. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 688-708.
- Moruzi, Kristine (2017): Higher Education and Home Duties. The Morality of Self-Interest in the Periodical Press, 1880-1910. In: *Victorian Periodicals Review* 50.4 (2017). S. 686-702.
- Osborne, John B. (2007): »Governed by Mediocrity«. Image and Text in *Vanity Fair's* Political Caricatures, 1880-1910. In: *Victorian Periodicals Review* 40.4 (2007). S. 307-331.
- Pearson, Richard (2000): *W.M. Thackeray and the Mediated Text. Writing for Periodicals in the Mid-Nineteenth Century*. Aldershot: Ashgate.

- Quinn, Anthony (2016): *A History of British Magazine Design*. London: V&A Publications.
- Reed, David (1997): *The Popular Magazine in Britain and the United States, 1880-1960*. London: British Library.
- Roberto, Rose (2020): The Evolution of Image-Making Industries and the Mid- to Late Victorian Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: *Expansion and Evolution, 1800-1900*. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 86-124.
- Rooney, Paul Raphael (2020): Publishing, Penguin, and Irish Writing. In: Patten, Eve (Hg.): *Irish Literature in Transition, 1940-1980*. Cambridge: Cambridge University Press. S. 329-343.
- Thompson, John (2020): The Political Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: *Expansion and Evolution, 1800-1900*. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 526-544.
- Tilley, Elizabeth (2020): Comics, Cartoons and the Illustrated Press. In: Finkelstein, David (Hg.): *The Edinburgh History of the British and Irish Press*. Vol. 2: *Expansion and Evolution, 1800-1900*. Edinburgh: Edinburgh University Press. S. 401-418.
- Tomalin, Claire (2011): *Charles Dickens. A Life*. London: Penguin Books.
- Topham, Jonathan R. (2005): John Limberd, Thomas Byerley, and the Production of Cheap Periodicals in the 1820s. In: *Book History* 8 (2005). S. 75-106.
- Weightman, Gavin (1991): *Picture Post Britain*. London: Collins & Brown Ltd.
- White, Cynthia, L. (1970): *Women's Magazines, 1693-1968*. London: Michael Joseph.