

**Katharina Sykora, Annette Dorgerloh, Doris Noell-Rumpeltes, Ada Raev (Hg.): Die Neue Frau. Herausforderung für die Bildmedien der Zwanziger Jahre**

Marburg: Jonas Verlag 1993, 184 S., DM 38,-

Daß die Medien unsere Wirklichkeiten und im Zuge dessen auch unser Verständnis von Geschlechtszugehörigkeiten und Rollenbildern prägen, ist - spätestens seitdem selbst Friseure eine differenzierte Kennerschaft der Haarmoden amerikanischer Serienfiguren aufweisen - zur abgedroschenen Floskel geworden. In der Forschung dagegen bestehen allerdings wenig Verbindungen zwischen den bislang getrennten Bereichen von Medienwissenschaft und den hauptsächlich aus dem nordamerikanischen Raum stammenden Gender Studies. In dieser Hinsicht stellt diese Publikation dann auch eine erfreuliche Ausnahme dar, insofern sie versucht, sich im bislang unbeschriebenen Zwischenraum zu situieren. Der Untersuchungszeitraum, die zwanziger Jahre, ergibt sich insofern als logischer Ausgangspunkt, als daß viele Erscheinungen in heutigen Massenmedien in den damaligen Künsten ihren Ausgangspunkt nahmen. In dem Sinne folgt der Band dann auch konsequent einem interdisziplinären Ansatz und untersucht Weiblichkeitskonstruktionen in Film, Werbung, Malerei, Fotografie und Architektur.

In der Einleitung wird explizit auf den Widerspruch zwischen den emanzipatorischen, der jeweiligen Produktvermarktung dienenden Weiblichkeitsstilisierungen und der tatsächlichen historischen Situation der Frauen hingewiesen. Dieser Widerspruch, der in Anlehnung an Roland Barthes als Mythos des Alltags ausgewiesen wird, stellt den inhaltlichen Leitfaden für die einzelnen Beiträge dar, die detailliert die "Neue Frau" in den jeweiligen Kontexten situieren.

Gemäß der Konzeption, die Diskrepanz von weiblicher Alltagserfahrung und medialer Stilisierung zu erfassen, beginnt der Sammelband dann auch mit einer Darstellung der "Neuen Frau" in der Alltagskultur, vor allem in der Werbung, deren Weiblichkeitsmuster nicht von emanzipatorischem Elan, sondern eher von ökonomischen Interessen geprägt waren. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt auch ein anderer Beitrag, der sich mit der Inszenierung der Frau in der Revuekultur befaßt: Während vordergründig betrachtet das Revuegirl den Prototyp der jungen emanzipierten Frau darstellt, entpuppt diese Figur sich bei näherem Hinsehen lediglich als Variante des traditionellen, auf Männer bezogenen Weiblichkeitsbildes. Hier ist es statt der verlässlichen, allseits präsenten Hausfrau im Schatten des Mannes die ebenso perfekt funktionierende, erotische Partnerin an seiner Seite. Auch der Beitrag zum Verhältnis von Weiblichkeit und Metropole kommt zu dem Ergebnis, daß der männliche Blick im Film die wahrscheinlich tatsächlich als Bedrohung empfundene Emanzipation der Frau dadurch kompensiert, daß er die erotisch/emanzipierte Frau im Film dämonisierte

und mittels der guten, häuslichen ausschaltete. Eine andere Gruppe von Beiträgen befaßt sich mit dem Selbstverständnis und Selbstinszenierung von Künstlerinnen. Einen interessanten Einblick gewähren die Darstellungen von Künstlerpartnerschaften in der russischen Avantgarde und die Darstellung der Konstruktivistin Vavara Stepanova. Auch die Biographien der russischen Künstlerinnen belegen die Bemühungen männlicher Kollegen, weibliche Künstler in traditionellen Rollenmustern festzuhalten. Wie ein weiterer Beitrag belegt, geschah Ähnliches auch im Bauhaus, wo den Frauen die "handwerklicheren" Künste wie das Weben vorbehalten waren.

Angesichts einer erschreckenden Übereinstimmung der Ergebnisse hinsichtlich der Stabilität traditioneller Weiblichkeitsklischees stellt sich die Frage nach Sinn und Zweck eines postulierten emanzipatorischen Anspruches in Alltag und Kunst. Die Frage wird indirekt beantwortet durch einen Beitrag über Verkleidungen und Inszenierungen von Frauen in Fotografien von Madame d'Oras, Marta Astfalck-Vietz und Olga/Adjoran Wlassics: Hier situiert sich Weiblichkeit explizit als Maskerade und Strategie gegen vereinnahmende, traditionell geprägte Rollenbilder. In gewissem Sinne wird hier eine künstlerische Verfahrensweise der maskeradenhaften Inszenierung und de-maskierenden Imitation des weiblichen Körpers beleuchtet, wie er später in den Arbeiten Valie Exports, Ulrike Rosenbachs und Cindy Shermans auftaucht und deren massenmediales Äquivalent die Videoclips Madonnas darstellen.

Alles in allem vermittelt dieser Band eine gelungene Übersicht über die mediale Verbreitung von Weiblichkeitsstilisierungen in den zwanziger Jahren, und er leistet einen weiteren Schritt zur Integration von Medienwissenschaft und Gender Studies. Zuletzt sei noch erwähnt, daß er auch einer Zusammenarbeit von Wissenschaftlerinnen aus der damaligen DDR und BRD entstand.

Angela Krewani (Köln)