

Brigitte Geiger

Mediale Vermittlung feministischer Öffentlichkeiten

Feministische Öffentlichkeiten – also Öffentlichkeiten und Diskurse, in denen herrschende Geschlechterverhältnisse zum Thema gemacht und kritisch analysiert werden und die auf transformative Veränderungen gesellschaftlicher Strukturen und Machtverhältnisse gerichtet sind – sind für Selbstverständigung, Identitätsfindung, die Entwicklung kollektiver Handlungsfähigkeit und für emanzipatorische Veränderungen von zentraler Bedeutung. Diese Öffentlichkeiten sind eng an die Strukturen und Organisationen der Frauenbewegungen gekoppelt und für ihre Entfaltung auf mediale Vermittlungsmöglichkeiten angewiesen.¹

Ich konzentriere mich im Folgenden zunächst auf Strukturen und Entwicklungen eigenständiger Frauen-Medien, weil sie trotz oft geringer Reichweiten und schwieriger Rahmenbedingungen zentrale Trägerinnen feministischer Öffentlichkeiten sind, und diskutiere dann einige der Ambivalenzen und Probleme der Vermittlung feministischer Themen, Sichtweisen und Anliegen durch die „male-/mainstream“-Medien, und zwar am Beispiel eines in Bezug auf das Medienecho durchaus erfolgreichen frauenpolitischen Ereignisses der letzten Jahre, nämlich dem österreichischen FrauenVolksBegehren von 1997.

Feministische Medien als Kristallisationspunkt feministischer Öffentlichkeiten

Wie schon die Frauenbewegungen der Jahrhundertwende schuf sich auch die zweite Welle der feministischen Bewegungen seit den 60er Jahren weltweit eine breite Vielfalt an Medien für die Artikulation und Diskussion von Erfahrungen und Lebensrealitäten, von Anliegen und Forderungen, für die Entwicklung und Vermittlung feministischer Politik, Theorie und Praxis.²

Feministische Medien fungieren zum einen als bewegungsinterne, gruppen- und teilöffentlichkeitsbezogene Informations-, Kommunikations- und Diskussionsmittel, dienen also der Verständigung innerhalb feministischer Netzwerke und haben dabei auch eine wichtige Funktion als sichtbarer Bezugspunkt für kollektive Zusammenhänge und Identitäten. Sie sind gleichzeitig wichtige Artikulationsmittel nach „außen“: und das heißt angesichts der Ausdifferenzierung und Verbreiterung feministischer Bewegungen in vielfältige Orte, Projekte und Diskurse zunächst, dass sie für eine zumindest partielle Vermittlung übergreifender kollektiver Zusammenhänge zwischen den feministischen Teilöffentlichkeiten unerlässlich sind – in regionalen, vor allem aber in globalen Kontexten. Darüber hinaus haben insbesondere größere und stärker nach außen gerichtete Medienprojekte einen wichtigen Anteil an der Vermittlung feministischer Diskurse Mediale Vermittlung feministischer Öffentlichkeiten und Praxen an breitere Öffentlichkeiten und an der Diffundierung feministischer Ideen.

¹ Für grundsätzliche Überlegungen zu Bedeutung und Strukturen von feministischen Öffentlichkeiten vgl. u. a. Klaus 1994, 1998; Prenner 1995; Geiger 2000; Fraser 2001.

² Vgl. zur Publizistik der ersten Frauenbewegung in Deutschland und Österreich: Wischermann 2001; Bittermann-Wille/Hofmann-Weinberger 2001; einen wenn auch kursorischen Überblick über Medien der zweiten Welle weltweit bietet z. B.: Gallagher/Quindoza-Santiago 1994. Probleme und Strukturen von Medien feministischer Öffentlichkeiten diskutieren u. a. Smith 1989; Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis 1991; Gruppe feministischer Öffentlichkeit 1992; Geiger 1992, 1996; Lünenborg 1992, 1997.

Dafür ist eine organisatorische, funktionelle, thematische und politisch- ideologische Vielfalt an Medien notwendig, wobei insbesondere periodischen und kontinuierlichen Medien wie Zeitschriften, Radioprogrammen oder neuerdings auch Mailinglisten und Diskussionsforen besondere Bedeutung zukommt. Für feministische Öffentlichkeiten sind die vielen kleinen, selbst organisierten Gruppen- und Verbandsmedien genauso wichtig wie die großen, breitenwirksameren Initiativen. Charakteristisch ist nach drei Jahrzehnten neuer Frauenbewegungen mit ihren Institutionalisierungen und Professionalisierungen ein Nebeneinander von – oft einfach gemachten – Basismedien und professionellen bzw. semi-professionellen Medienprodukten, von autonomen Fraueninitiativen und Medien in den unterschiedlichsten institutionellen Kontexten. Neben genuin journalistischen Projekten realisiert sich feministische Medienarbeit heute vielfach im Kontext der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit einer immer differenzierteren Infrastruktur frauenbezogener und feministischer Projekte und Einrichtungen.

Diese Vielfalt und Differenzierungsprozesse feministischer Medien und ihre je unterschiedlichen gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Rahmenbedingungen, machen eine eindeutige Definition des Genres „Feministisches Medium“ schwierig. Trotzdem lassen sich einige Bestimmungsmomente benennen, wenn berücksichtigt wird, dass es sich um Kontinua in einem mehrdimensionalen Feld handelt, welche überdies vom Kontext der europäischen, insbesondere deutschsprachigen feministischen Medienlandschaften geprägt sind.

Feministische Medien sind – trotz aller dekonstruktiven Erschütterungen der Kategorie Frau – weiterhin genuine *Frauen-Medien*³, auch wenn heute oft auf Bezeichnungen wie „von Frauen für Frauen“ verzichtet oder „Frauen“ durch „Gender“ ersetzt wird und separatistische nur eine von vielen möglichen feministischen Praxen sind. Die autonome Frauenzeitung, die unabhängig von und in Opposition zu patriarchalen Institutionen und dem kapitalistischen Medienmarkt ausschließlich von Frauen in Eigenregie „gemacht“ wird, kann zwar sozusagen als Prototyp eines feministischen Mediums gelten, ist aber beileibe nicht die einzige Form. Vor allem gleichstellungsorientierte Medien und Strategien des Gender Mainstreamings wenden sich selbstverständlich an beide Geschlechter und realisieren sich meist in institutionellen Kontexten, lesbisch-feministische Initiativen verorten sich oft in homosexuellen und queeren Zusammenhängen, Schwarze Feminismen in anti-rassistischen und anti-kolonialistischen Kontexten. Wie die feministischen Bewegungen selbst umfassen auch ihre Medien ein weites Spektrum an Orientierungen und Positionierungen.

Bei aller Vielfalt der Feminismen kann allerdings von feministischen Medien sinnvollerweise nur gesprochen werden, wenn sie gesellschaftliche Wirklichkeit und Geschlechterverhältnisse aus der Perspektive von Frauen in all ihrer Unterschiedlichkeit in den Blick nehmen, sich an Frauen als vorrangige Zielgruppe richten, parteilich für und mit Frauen an einer Überwindung hierarchischer Positionierungen und Machtverhältnisse arbeiten und dabei als zumindest relativ selbstbestimmte Organe und Foren der Artikulation, Selbstvertretung und Selbstorganisation von Frauen agieren.

³ Definitionen von Frauenmedien, wie sie etwa für Frauenzeitschriften entwickelt wurden, nennen als Kriterien einen hohen Frauenanteil unter den LeserInnen, Frauen als vorrangige Zielgruppe, frauenspezifische Inhalte/Thematiken bzw. Anwaltschaft für Frauen und weibliche Perspektive. (Vgl. etwa Wakonig 1993; Tonscheidt 1996)

Feministische Medien sind weiters *Experimentierfelder einer alternativen, egalitären und selbst organisierten Kommunikationskultur* und einer an feministischen Prinzipien orientierten journalistischen Praxis. Sie erweitern nicht nur die Agenda medialer Öffentlichkeiten um so genannte private Themen und Bereiche, um in den dominanten politisch-medialen Arenen normalerweise nicht zu Wort kommende und marginalisierte Erfahrungen, SprecherInnen und auch Sprechweisen, sondern arbeiten auch an anderen medialen Darstellungsweisen und journalistischen Praxen, die sowohl der Subjektivität und Situiertheit der Darstellenden als auch den Dargestellten als Subjekten und Handelnden Raum geben. Nicht-hierarchische Produktions- und Organisationsformen, Selbstvertretung statt Repräsentation, Partizipation und offener Zugang sowie kritische Reflexion der Vermittlungsprozesse sind einige der Stichworte dieser feministischen Mediendebatten. Radikale Forumskonzepte und Konzepte kollektiver Arbeitsorganisation sind dabei in der Zwischenzeit großteils modifiziert worden, schließlich verlangen wachsende Anforderungen an feministische Informationsvermittlung und Erwartungen an feministische Medien nach einer Weiterentwicklung redaktioneller Konzepte und professionalisierteren journalistischen Strategien; ihre spezifische Qualität beziehen feministische Medien aber nach wie vor aus ihrer kollektiven Verankerung und der Offenheit ihrer Foren.

Mit den Institutionalisierungs- und Professionalisierungsprozessen feministischer Öffentlichkeiten und ihrer Medien stellen sich allerdings Fragen und Probleme ungleich verteilter Artikulationsmöglichkeiten und des Zugangs zu öffentlicher Sichtbarkeit und Wahrnehmung drängender und virulenter, wie in den heftigen Debatten und Konflikten der letzten Jahre um Differenzen und Machtverhältnisse unter Frauen und Ausschluss- und Homogenisierungsverfahren eines dominanten weißen, westlichen, heterosexuellen Mainstream-Feminismus ja auch deutlich zum Ausdruck kam. Von zentraler Wichtigkeit sind deshalb selbstkritische Reflexionen feministischer Medienpraxen und Projekte, die offensiv gegen Marginalisierungen und hierarchisierende Differenzen intervenieren.

Ungleich verteilte Ressourcen, differente strukturelle, technologische, ökonomische und medienpolitische Rahmenbedingungen bestimmen die entsprechend heterogenen Produktionsbedingungen feministischer Medien, welche sich insgesamt vielfach prekär gestalten. Für feministische Medien als *nicht-kommerzielle* oder auch *Non-Profit-Medien* und oppositionelle Zielgruppenmedien sind einer marktwirtschaftlichen Finanzierung enge Grenzen gesetzt, schließlich stehen politische, inhaltliche und kommunikative Funktionen und Ansprüche gegenüber einer ökonomisch bestimmten Orientierung am Publikums- und Anzeigenmarkt im Vordergrund. Das macht feministische Medien abhängig von den Restriktionen, Vorgaben und Konjunkturen regionaler, nationaler und internationaler Frauenförderungs politik und ihrer Finanzierungsstrukturen. Und nicht zuletzt sind die Produktionsbedingungen bestimmt von der Offenheit oder Restriktivität staatlicher Medienpolitik in Bezug auf die Gewährleistung einer vielfältigen und kritischen Öffentlichkeit.

Frauenzeitungen, Radiofrauen, Mailinglisten und eZines

Die wichtigsten Medien feministischer Öffentlichkeiten waren und sind *Zeitschriften* und *Informationsblätter*. Da keine umfassende und globale Bestandsaufnahme der feministischen und lesbischen Presse verfügbar ist, kann ihre Zahl nur geschätzt werden und liegt jedenfalls bei

weit über tausend Titeln weltweit⁴ – mit weiter steigender Tendenz. Globale Ressourcen- und Medienverteilungen reproduzierend, liegen auch die Zentren der feministischen Medienproduktion in Nordamerika und Europa, wo im Lauf der letzten Jahrzehnte vielfältige, inhaltlich und organisatorisch ausdifferenzierte Medienlandschaften entstanden sind. Während vor allem die Theorie- und Wissenschaftstitel weiter zunehmen, mussten einige traditionsreiche feministische Magazine (wie *La mujer feminista* in Spanien, *Spare rib* in England und *Ms.* in den USA) in den neunziger Jahren ihr Erscheinen einstellen. In den Ländern des globalen Südens sind feministische Printmedien in Asien und Lateinamerika weiter verbreitet als in Afrika. (Vgl. Gallagher/Quindoza-Santiago 1994; Maurer/Smetschka et al. 1998)

In Österreich entstand eine unabhängige feministische Presse Mitte der 70er Jahre mit ersten Vorreiterinnen wie den – bis heute bestehenden – Titeln *AUF-eine Frauenzeitschrift* in Wien und *AEP-Informationen* in Innsbruck; sie verzeichnete in den 80ern die größten Zuwächse und umfasst heute über 40 Titel. (Vgl. Großegger 1990; Krainer 1995; Geiger 2001) Schon in den 80er Jahren begann nicht nur eine weitere Regionalisierung feministischer Informationsvermittlung (v. a. durch die Zeitungen der Frauen-, Kultur- und Kommunikationszentren in den Landeshauptstädten), sondern eine thematische Differenzierung und Spezialisierung (mit der Kulturzeitschrift *Eva & Co* und der auf Fragen des Nord-Süd-Verhältnisses und der Situation von Frauen in der sog. Dritten Welt spezialisierten *Frauensolidarität*) sowie ein bis heute andauernder Professionalisierungsprozess. Neben eigenständigen Medienprojekten wie den Magazinen *An.schläge*, *Feministisches Magazin für Arbeit, Politik und Kultur* und *[sic!] Forum für feministische Gangarten* oder den neueren Projekten *female sequences*, *frauen lesben kulturHEFTig* und *nylon. Kunststoff für Feminismus und Popkultur* tragen in zunehmendem Maße Special-Interest-Zeitungen im Kontext der Öffentlichkeitsarbeit einer professionellen Frauenprojektszene zur feministischen Informationsvermittlung in Österreich bei (Beispiele dafür sind u. a. die Rezensionszeitschrift *WeiberDiwan* der Wiener Frauenbuchhandlung, *Laufschritte* des Grazer *Frauenservice* oder der *STICHWORT-Newsletter* des Wiener Frauen/Lesbenarchivs).

Die Produktionsbedingungen der österreichischen feministischen Presse waren – aufgrund der Kleinheit des österreichischen Markts und der Strukturen der Medien- und Frauenförderung – immer schon schwierig und nur durch einen hohen Anteil an nebenberuflichem, unbezahltem Engagement aufrechtzuerhalten (Vgl. Geiger 1996); durch die Medien und Geschlechterpolitik der derzeitigen konservativen Regierungskoalition haben sie sich weiter drastisch verschlechtert. Insbesondere die Tariferhöhungen beim Postzeitungsversand und die Zugangsbeschränkungen für Kleinmedien unter 1000 Stück bedrohen die trotzdem entstandene

⁴ Der 1998 erschienene Teil 7 der Dokumentation „Frauenforschung International“ erfasst z. B. mit Schwerpunkt auf Zeitschriften im Osten und Süden über 700 Titel. (Vgl. Maurer/Smetschka et al. 1998).

Vielfalt existenziell. Die Gründung eines *Verbands der Feministischen Medien* im Frühsommer 2000 ist vor diesem Hintergrund ein wichtiger Schritt zu verstärkter Zusammenarbeit und gegenseitiger Unterstützung.

Radio ist für die Konstituierung von Frauenöffentlichkeiten ein wichtiges Medium, haben hier doch Frauen als Zielgruppe und ein eigener Frauenfunk eine lange Tradition. Folgt die Frauenprogramme zunächst überwiegend traditionellen Weiblichkeitskonzepten und Geschlechterrollen, so „emanzipierten“ sie sich unter dem Einfluss der Frauenbewegung und entwickelten sich zumindest teilweise zu Ansatzpunkten emanzipatorischer und feministischer Öffentlichkeiten. Allerdings wurden viele Frauenprogramme – so auch in Österreich – in der Zwischenzeit Opfer von Programmumstrukturierungen und haben als Zielgruppenprogramm keinen Platz im auf Durchhörbarkeit orientierten Formatradio. (Vgl. Angerer 1995; Klaus 1998: 250ff; Neverla 1995) Auch in den Ländern des globalen Südens hat Radio, als vergleichsweise leicht verfügbare Technologie und an orale Traditionen anknüpfend, für Fraueninformation eine besondere Bedeutung, sowohl als eigenständige Projekte als auch im Kontext von Community-Radios.⁵ Ein auch international agierendes und bekanntes Beispiel ist Radio *FIRE (Feminist International Radio Endeavor)* in Costa Rica, das alle Frauenaktivitäten rund um die UN-Konferenzen der letzten Jahre begleitete und medial unterstützte. (Vgl. Suarez 1996).

In Österreich sind feministische Radioinitiativen noch ein relativ junges Phänomen und realisieren sich im Kontext der erst spät legalisierten freien, nicht-kommerziellen Radios mit ihrem Konzept eines offenen Bürger- Innenradios, der Pluralität von Themen und Präsentationsformen. (Vgl. Dorer 1998) Schon beim Wiener PiratInnenradio Anfang der 90er Jahre waren *Sisters in voice* aktiv, derzeit bestehen eigene Frauenradiogruppen bei mehreren Radios, z. B. *Radio Furiosa* in Vorarlberg und *SPACEfemFM* in Linz. Im Wiener Radio *Orange 94.0* arbeiten bis zu zehn Frauensendegruppen unter dem gemeinsamen Label „Frauenschiene“ und mit fixer täglicher Sendezeit an Programmstrukturen und Konturen eines feministisch-lesbischen Radios. Je nach Kapazität wöchentlich oder seltener, sind die Beiträge von *Ta mera* und *Radio UFF*, der HOSI-Lesben, des wissenschaftlich-feministischen Duetts, von *Orangina* und *görls linkup* zu hören; eine Zeit lang gab es auch eine Migrantinnengruppe. Die Radiofrauen sind österreichweit vernetzt und in internationale Netzwerke und Projekte eingebunden.

Schließlich sind natürlich auch für die feministischen Öffentlichkeiten die *neuen Informations- und Kommunikationstechnologien* von wachsender Bedeutung. Dies gilt besonders für die sich ausbildenden Strukturen einer globalen Frauenbewegung, wie sie sich u. a. im Kontext der UN-Konferenzen formierten, aber selbstverständlich auch für die regionalen und lokalen Kontexte. (Vgl. Dickel 1995; Harcourt 1999)

Für frauenbezogene und feministische Information und Kommunikation genutzt wird die gesamte Palette der Möglichkeiten: elektronische Newsletter und Mailinglisten, Diskussionsforen und Chats, Websites und webbasierte Datenbanken. Neben cyberfeministischen, künstlerischen und medientechnologischen Experimenten steht dabei die

⁵ Das österreichische Nord-Süd-Institut initiierte etwa ein Frauenradioprojekt in Moçambique, das Ausbildung von Journalistinnen mit der Vermittlung von Fraueninformation in den Regionalsprachen innerhalb von Community-Radios verband. (Vgl. Niederhuber 1997).

pragmatische Nutzung der neuen Möglichkeiten für Kommunikation und Informationsbereitstellung im Vordergrund.

Die deutschen Frauen-Mailboxen *FemNet* und *Woman* boten Frauen und Frauengruppen schon Anfang der 90er Jahre einen niederschweligen und selbst organisierten Zugang zu elektronischer Vernetzung. Das Abschalten des Österreich-Servers (weil die Erneuerung der Hardware nicht zu finanzieren war) beendete für Österreich 1999 ein Experiment, das nicht nur frauenbezogenen elektronischen Kommunikationsraum bot – der etwa von Mädchenberatungsstellen intensiv genutzt wurde –, sondern über die Verbindung zum APC-Netzwerk (dem Mediale Vermittlung feministischer Öffentlichkeiten Mailboxnetz der *Association for Progressive Communication*) auch einen wichtigen Zugang zu Fraueninformationen aus dem Süden gewährleistete. (Vgl. Hauser 2000)

Während die Möglichkeiten vernetzter Kommunikation in der Zwischenzeit von vielen der dezentral organisierten feministischen Netzwerke genutzt werden und ein Großteil der österreichischen Frauenprojekte, aber auch der feministischen Printmedien im Internet, mit Selbstdarstellungen und Informationsangeboten präsent ist, sind explizite Online-Magazine und aktuelle feministische Nachrichtenvermittlung im Netz noch nicht sehr weit verbreitet. In Österreich existieren zwei Projekte: das aus einem EU-Projekt hervorgegangene Online-Magazin *ceiberweiber.at* und die Website von *dieStandard.at*.

Feminismus und dominante Medienöffentlichkeit

Der in den feministischen Foren und Medien entwickelte kritische Geschlechterdiskurs ist für Breitenwirksamkeit auf Resonanz und Vermittlung durch mediale Öffentlichkeit angewiesen und unterliegt dabei spezifischen – und oft problematischen – Transformationen durch die Selektions- und Verarbeitungsroutinen des journalistischen Systems. Zwar war die Frauenbewegung durchaus erfolgreich im Lancieren von Themen (z. B. Gewalt gegen Frauen) und partieller Veränderung medialer Geschlechterdiskurse, gleichzeitig ist die Medienberichterstattung zu „Emanzipationsthemen“ immer noch sehr gering. Bei den von Andrea Prenner Anfang der 90er Jahre analysierten lokalen Hörfunknachrichten berücksichtigten etwa nur 3,4 % der Berichte auch Gender-Aspekte. (Vgl. Prenner 1995, 178ff)

Medienbarrieren für feministische Themen und Diskurse resultieren u. a. daraus, dass die Trägerinnen feministischer Öffentlichkeiten Kriterien wie Macht, Einfluss oder auch nur Prominenz tendenziell eher nicht entsprechen, dass Strukturen des Geschlechterverhältnisses und ihre Veränderung sich weniger in punktuellen Ereignissen denn in längerfristigen Prozessen

manifestieren und dass viele der Themen und Anliegen nicht dem traditionellerweise als öffentlich und berichtenswert definierten Bereichen entstammen.⁶ Frauen und frauenrelevante Nachrichten müssen überdies offensichtlich herrschende Nachrichtenfaktoren und Selektionsregeln „übererfüllen“, um berücksichtigt zu werden (Vgl. Prenner 1995, 157). Frauenpolitische Themen – so Eva Kreiskys Resümee eines Jahrzehnts frauenpolitischer Berichterstattung in österreichischen Printmedien – finden am ehesten im Umfeld von Wahlen,

⁶ Vgl. zur Diskussion der Nachrichtenwertfaktoren im Hinblick auf Frauenberichterstattung: Prenner 1995; Pingree/Hawkins 1980. Frauenpolitisch berichtende Journalistinnen müssen denn auch journalistische Selektions- und Relevanzkriterien verändern. (Vgl. Lünenborg 1997).

bei der Verteilung von Positionen oder bei „politisch-ritualisierten“ Anlässen Beachtung, wenig Resonanz findet hingegen der frauenpolitische Alltag (Vgl. Kreisky 1995, 588). Dazu kommt, dass die Vielfalt und Bandbreite feministischer Themen, Anliegen, Forderungen und Positionierungen im medialen Verarbeitungsprozess in oft problematischer, Ungleichheiten und Machtverhältnisse unter Frauen oft noch verstärkender Weise reduziert wird.⁷ Am Beispiel der Berichterstattung zur Frauenbewegung in den Niederlanden hat Liesbet van Zoonen (1992) gezeigt, dass die Medien eher Themen und Forderungen aufgreifen, die sich im Rahmen eines liberalen Gleichberechtigungsmodells thematisieren lassen, das allerdings grundlegende Geschlechterhierarchien und gesellschaftliche Machtverhältnisse unangetastet lässt.

Das österreichische FrauenVolksBegehren von 1997⁸ konnte vor diesem Hintergrund relativ breite Medienresonanz erreichen, weil sich die Organisatorinnen politisch-strategisch medialen Selektionsregeln und Arbeitsweisen „anpassten“: also ein punktuelles Ereignis im politischinstitutionellen Bereich „inszenierten“, das u. a. durch die Drohung mit der Gründung einer Frauenpartei einen relativ hohen Konfliktgehalt aufwies, mit Ex-Frauenministerin Johanna Dohnal eine gewichtige Unterstützerin vorweisen konnten und ihre Anliegen in prominenten Repräsentantinnen personalisierten.⁹

Die Betreiberinnen des Volksbegehrens agierten weiters im Rahmen des medial kompatiblen liberalen Gleichberechtigungs- und Gerechtigkeitsparadigmas und verbanden geschickt eine Rhetorik der Stärke mit eher vorsichtigen und defensiven Argumentationen und zwar umstrittenen, aber konsensfähigen Forderungen. Potentiell konfliktrträgliche Themen, die den Rahmen nationaler und heterosexueller „Normalität“ sprengten, waren vorsorglich ausgeklammert worden.

Aufgrund der sich in Umfragen abzeichnenden Akzeptanz und der breiten Resonanz reagierte das politische System sehr schnell: AkteurInnen aus Parteien, Verbänden und Interessenvertretungen hielten mit ihren (Pro-und-Kontra-)Stellungnahmen das Thema in den Medien, dominierten damit aber auch bald die Berichterstattung. Vertreterinnen von

⁷ Vgl. etwa zur Kritik medialer Konstruktionen „fremder Frauenwelten“: Dritte-Welt-JournalistInnen-Netz 1996; zu Zusammenhängen von race, class and gender in medialen Repräsentationen: Dines/Humez 1995; Valdivia 1995; zu Problemen anti-rassistischer feministischer Öffentlichkeiten: Vor der Information 1999/2000.

⁸ Das vom UnabhängigenFrauenForum (UFF) initiierte Volksbegehren konzentrierte sich auf Fragen der eigenständigen Existenzsicherung von Frauen und formulierte dazu elf Forderungen – von betrieblicher Frauenförderung über Mindestlöhne und Kinderbetreuungseinrichtungen bis zu Pensionsregelungen. Mit knapp 650.000 Stimmen war es eines der erfolgreicheren in der Geschichte der österreichischen Volksbegehren. – Vgl. zu Geschichte und Hintergründen des FrauenVolksBegehrens: Kogoj 1998; für eine politikwissenschaftliche Analyse Rosenberger 2000. Die folgenden Überlegungen beruhen auf meiner Analyse der Printmedienberichterstattung zum FrauenVolksBegehren im Zeitraum von der ersten Ankündigung im November 1996 bis zum so genannten „Frauengipfel“, einem Treffen von RegierungsvertreterInnen und Volksbegehrens-Organisatorinnen im Mai 1997. (Geiger 1998)

⁹ Diese Konzentration auf im Wesentlichen zwei Repräsentantinnen war das Ergebnis einer pragmatischen

Anpassung an Anforderungen des journalistischen Systems und stand im Gegensatz zur ursprünglich geplanten kollektiven Repräsentation unterschiedlicher weiblicher Lebensrealitäten. Diese Anpassung blieb nicht ohne Auswirkungen auf interne Organisations- und Entscheidungsstrukturen und verlief nicht ohne Konflikte. (Vgl. Kogoj 1998: 67 ff)

Frauenorganisationen kamen dafür kaum zu Wort, und auch die Volksbegehrensbetreiberinnen selbst verloren stark an Präsenz.

Inhaltlich führte diese Funktionärsorientierung dazu, dass parteipolitische Überlegungen und taktisch-strategische Positionierungen die Berichterstattung dominierten; für ausführlichere Informationen und Hintergrundberichte zur sozialen Lage von Frauen und dem Kontext der Forderungen war dafür (mit Ausnahmen) vergleichsweise wenig Platz. Positiv zu vermerken ist, dass zumindest in der Zeit vor der Eintragungswoche durch Kommentare und Diskussionsrunden durchaus ein Beitrag zu einer medialen Diskussion des Volksbegehrens geleistet wurde.

Die Berichterstattung zum FrauenVolksBegehren war in hohem Maße von Frauen geprägt: So dürfte der Medienerfolg des FrauenVolksBegehrens teilweise ein Produkt des Engagements der Frauen in den Redaktionen gewesen sein. Auch auf der Ebene der HandlungsträgerInnen drehte sich das sonst in der aktuellen Berichterstattung übliche Geschlechterverhältnis um. Trotzdem war das FrauenVolksBegehren in Bezug auf männliche und weibliche Beteiligung am Mediendiskurs nicht ein ausschließliches „Frauenthema“.

In den Binnenstrukturen des medialen Diskurses zum FrauenVolksBegehren erscheint mir erstens problematisch, dass die positiven Konstruktionen einer „neuen Frauenbewegung“ kontrastiert wurden mit diskursiven Abwertungen des Feminismus (der 70er und 80er Jahre) und einer oft diffamierenden Kritik der institutionellen Frauenpolitik, insbesondere der Frauenministerinnen.

Zweitens kreiste die Diskussion um eine soziale Abfederung der bestehenden Geschlechterverhältnisse und festigte die herrschende geschlechtsspezifische Arbeitsteilung durch die – in den Volksbegehrens- Forderungen ja auch angelegte – selbstverständliche Verbindung von Frauen und Kinderbetreuung. Anfängliche Gegenargumentationen – u. a. in Verbindung mit der zeitgleichen „Halbe-/Halbe-Kampagne“ zur gleichberechtigten Aufteilung der Haus- und Familienarbeit der damaligen Frauenministerin – verpufften schnell.

Und schließlich konnte sich der Frauen-Diskurs zu den sozialen Auswirkungen der neuen wirtschaftlichen und politischen Rationalität nicht gegen den dominanten Diskurs ökonomischer Effizienz durchsetzen.

Die schon in der Berichterstattung sich manifestierende Skepsis gegenüber einzelnen Forderungen des FrauenVolksBegehrens und seinen Realisierungschancen insgesamt hat sich in der Zwischenzeit – trotz des Stimmenerfolgs – als realistisch erwiesen, wurde doch bis heute kaum etwas von seinen Anliegen umgesetzt. Hatte das FrauenVolksBegehren zwar nur wenig substanzielle Wirkung, so gelang es allerdings, zumindest für eine gewisse Zeit, Geschlechterverhältnisse, Diskriminierung und Gleichberechtigung auf die politische und mediale Agenda zu setzen und so zu einer öffentlichen Bewusstseinsbildung für „Frauenanliegen“ beizutragen, deren langfristiger Effekt schwer abzuschätzen ist. Für den danach folgenden Alltag und den mühsamen Kampf für die reale Umsetzung der Forderungen war mediale Unterstützung allerdings wieder höchstens zu den Jahrestagen zu erreichen. Trotz des Medienerfolges verweist das FrauenVolksBegehren damit auf die Grenzen öffentlicher Akzeptanz und medialer Präsenz von feministischem Handeln und frauenbezogener Politik.

Literatur

Angerer, Marie-Luise (1994): Ohne Echo – ohne Hall. Medialer Feminismus am Beispiel des Österreichischen Rundfunks. In: Dies./Dorer, Johanna (Hg.): *Gender und Medien* (= PKW 9), Wien, 77–93.

Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis (1991): Schwerpunkt: Feministische Öffentlichkeit – patriarchale Medienwelt. Heft 30/31.

Bittermann-Wille, Christa/Hofmann-Weinberger, Helga (2001): Historische Frauenzeitschriften. In: *frida – Verein zur Förderung und Vernetzung frauenspezifischer Informations- und Dokumentationseinrichtungen in Österreich* (Hg.) *kolloquiA. Frauenbezogene/feministische Dokumentation und Informationsarbeit in Österreich* Forschungs- und Lehrmaterialien. Hg. von, mit Beiträgen von Helga Klösch-Melliwa et al. Wien: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur – Verlag Österreich, 355–384.

Dickel, Helga (1995): Computervermittelte Kommunikation. Online-Erfahrungen und neue Möglichkeiten der Vernetzung für Frauen. In: *beiträge zur feministischen theorie und praxis*, 40/1995, 105–118.

Dines, Gail/Humez, Jean M. (eds.) (1995): *Gender, race, and class in media: A text-reader*. Thousand Oaks: Sage.

Dorer, Johanna (1998): Freies Radio in Österreich. Chancen für ein triales Rundfunkmodell. In: *Medien Journal*, Jg. 22, Nr. 2, 19–25.

Dritte-Welt-JournalistInnen-Netz (1996): *Verwaschen und verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien*, herausgegeben von Bärbel Röben und Cornelia Wilß. Frankfurt am Main: Brandes & Apsel.

Fraser, Nancy (2001): Neue Überlegungen zur Öffentlichkeit. Ein Beitrag zur Kritik der real existierenden Demokratie. In: dies.: *Die halbierte Gerechtigkeit. Schlüsselbegriffe des postindustriellen Sozialstaates*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 107–150.

Gallagher, Margaret/Quindoza-Santiago, Lilia (eds.) (1994): *Women Empowering Communication. A Resource Book on Women and the Globalisation of Media*. Isis International; World Association for Christian Communication, London; International Women's Tribune Center, New York. Sukhothai Thammathirat Open University Press.

Geiger, Brigitte (1992): Autonome Frauenzeitschriften in Österreich. In: Dorer, Johanna/Marschik, Matthias/Glattau, Robert (Hg.): *Medienverzeichnis 1992/93. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich*. Wien: Turia & Kant, 61–70.

Geiger, Brigitte (1996): Feministische Presse zwischen Autonomie, Markt und Förderung. In: *Mast Claudia* (Hg.): *Markt – Macht – Medien*. Konstanz: UVK, 353–362.

Geiger, Brigitte (1998): Das FrauenVolksBegehren als Medienereignis. In: Kogoj, Traude (Hg.): *Lauter Frauen. Hintergründe und Perspektiven des Frauenvolksbegehrens*. Wien: Turia & Kant, 180–201.

Geiger, Brigitte (2000): Feministische Öffentlichkeiten. Differenzierungsprozesse und gesellschaftliche Resonanz. In: *Medien Journal*, Jg. 24, Nr. 4, 14–19.

Geiger, Brigitte (2001): Feministische Zeitschriften. In: *kolloquiA. Frauenbezogene/feministische Dokumentation und Informationsarbeit in Österreich. Forschungs- und Lehrmaterialien*. Hg. von frida – Verein zur Förderung und Vernetzung frauenspezifischer Informations- und Dokumentationseinrichtungen in Österreich, Wien: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur – Verlag Österreich, 385–404.

Großegger, Beate (1990): Medienbericht zur "Grauzone" der autonomfeministischen Non-Profit-Presse in Österreich (1973–1989). Diplomarbeit. Wien.

Gruppe feministische Öffentlichkeit (Hg.) (1992): *Femina publica. Frauen – Öffentlichkeit – Feminismus*. Köln: Papyrossa. Harcourt, Wendy (Hg.) (1999): *women@internet. Creating New Cultures in Cyberspace*. London/New York: ZED Books.

Hauser, Margit (2000): Aus für FemNet. In: *STICHWORT-Newsletter* Nr. 9, 7

Klaus, Elisabeth (1994): Von der heimlichen Öffentlichkeit der Frauen. In: Pühl Katharina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse und Politik*, Frankfurt/Main: Suhrkamp, 72–97.

Klaus, Elisabeth (1998): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung von Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Kogoj, Traude (Hg.) (1998): *Lauter Frauen. Hintergründe und Perspektiven des Frauenvolksbegehrens*. Wien: Turia & Kant.

Krainer, Larissa (1995): *Österreichische Frauenzeitschriften. Zwischen Kommerz- und Alternativmedien*. Klagenfurt/Celovec: Drava.

Kreisky, Eva (1995): Trendbericht: Frauen in der Politik (1985–1995). In: Bundesministerin für Frauenangelegenheiten/Bundeskanzleramt: *Bericht über die Situation der Frauen in Österreich. Frauenbericht 1995*. Wien, 577–591.

Lünenborg, Margret (1992): *Feministischer Journalismus. Perspektiven einer Öffentlichkeit für Frauen*. In: Fröhlich Romy (Hg.): *Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht*. Bochum: 207–220.

Lünenborg, Margret (1997): *Journalistinnen in Europa. Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Maurer, Margarete/Smetschka, Barbara et al. (1998): *Frauenforschung International. Dokumentation/Bibliographie. Adressen, Bibliographien, Zeitschriften* (Teil 7), *Didaktik, Medienkatalog* (Teil 8). Wien.

Neverla, Irene (1995): *Lokalradio von und für Frauen*. In: Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander (Hg.): *Radiokultur von morgen. Ansichten. Aussichten. Alternativen*. Wien: Buchkultur, 230–236.
Niederhuber, Margit (1997): *Frauenstimmen. Neues Medienprojekt in Moçambique*. In: *Frauensolidarität* 61 (3/97), 28 f.

Pingree, Susanne/Hawkins, Robert P. (1980): *Nachrichten und ihre Wirkungen auf Frauen*. In: *Fernsehen und Bildung*, 14. Jg., Nr. 1/2, 67–89.

Prenner, Andrea (1995): *Die Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien – eine theoretisch-empirische Untersuchung*, Bochum: Brockmeyer.

Rosenberger, Sieglinde Katharina (2000): *Direkte Demokratie und Geschlechterpolitik*. In: Wolfgruber, Elisabeth/Grabner, Petra (Hg.): *Politik und Geschlecht*. Innsbruck, Wien, München: StudienVerlag, 47–64.

Smith, Marilyn Crafton (1989): *Women´s Movement Media and Cultural Politics*. In: Creedon, Pamela J. (eds): *Women in Mass Communication. Challenging Gender Values*. London: 278–299.

Suarez, Maria Toro (1996): *Feminist International Radio Endeavor – FIRE*. In: Allen, Donna/Rush, Ramona R./Kaufman, Susan J. (eds.): *Women transforming communications. Global intersections*. London: Sage, 226–232.

Tonscheidt, Sabine (1996): *Frauenzeitschriften am Ende? Ostdeutsche Frauenpresse vor und nach der Wende 1989*. Münster.

Valdivia, Angharad N. (ed.) (1995): *Feminism, Multiculturalism, and the Media. Global Diversities*. London: Sage.

Vor der Information (1999/2000): *Schwerpunktnummer: Antirassistische Öffentlichkeiten. Feministische Perspektiven*. Wien.

Wakonig, Jutta (1993): *Frauenzeitschriften und Frauenbilder: eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von Frauen in den Frauenzeitschriften "Stimme der Frau", "Welt der Frau" und "Wienerin", mit einer Bestandsanalyse des österreichischen Frauenzeitschriftenmarktes unter Miteinbeziehung der deutschen Overflowmedien*. Dipl.-Arbeit, Wien.

Wischermann, Ulla (2001): *Interaktion von Öffentlichkeiten. Zur Geschichte der Frauenpresse im 18. und 19. Jahrhundert*. In: Klaus, Elisabeth/Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (Hg.): *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*. Wiesbaden: Westdt. Verlag, 212–240.

Zoonen, Liesbet van (1992): *The women´s movement and the media: constructing a public identity*. In: *European Journal of Communication*, 7(4), 453–76.