

Brigitta Huhnke

Macht, Medien und Geschlecht

*Eine Fallstudie zur Berichterstattungspraxis
der dpa, der taz sowie der Wochenzeitungen
Die Zeit und Der Spiegel von 1980-1995*

Westdeutscher Verlag

Studien zur Kommunikationswissenschaft

Band 7

Inhalt

Vorwort	9
I Problemstellung	11
1 Einordnung des Themas	11
2 Fragestellung und Aufbau der Arbeit	16
II Theoretischer Teil	20
1 Die zerteilte Frau. Zum Forschungsstand: Weiblichkeitsentwürfe in den Printmedien	20
1.1 Das Frauenbild in den Illustrierten	21
1.2 Das Frauenbild in den Frauenzeitschriften	24
1.3 Das Frauenbild in der politischen Presse	30
1.4 Zusammenfassung	33
2 Macht, Medien und Geschlecht: Die Abwehr weiblicher Partizipationsinteressen durch patriarchal geprägte Eliten	36
2.1 Die Eingeschlechtlichkeit der Politik- und Kommunikationswissenschaften	37
2.2 Das "symbiotische" Verhältnis der Macht- und Medieneliten	43
2.3 Der patriarchale Konsens der Macht- und Medieneliten	50
2.4 Die strukturelle Ausgrenzung des weiblichen Lebenszusammenhangs in der Nachrichtenpraxis	57
2.5 Zusammenfassung	64
3 Kommunikationswissenschaftliche Ansätze zur Untersuchung umfassender Thematisierungsprozesse	65
3.1 Ansätze zur Untersuchung von Medienwirkungen	65
3.1.1 Die agenda-setting-Funktion der Medien	65
3.1.2 Intermediale Abhängigkeiten in Thematisierungsprozessen	68
3.2 Thematisierungschancen	70
3.3 Zusammenfassung	74
4 Symbolische Reproduktion patriarchaler Strukturen in Medientexten aus linguistischer Perspektive	74
4.1 Sprachtheoretische Voraussetzungen	75
4.2 Sprachliche Konzepte zur Inszenierung geschlechtsspezifischer Stereotype	80

4.2.1	Funktion sprachlicher Konsensmanipulation	80
4.2.2	Metaphorische Konzepte	83
4.2.3	Sprachliche Inszenierungsstrategien der Medien	86
4.3	Zusammenfassung	89

III Methodischer Teil 90

1	Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse und qualitativer Textinterpretationen	90
2	Materialübersicht	93
2.1	Auswahl der Medien und Erhebungszeitraum	93
2.1.1	Deutsche Presse-Agentur	94
2.1.2	Die taz	97
2.1.3	Die Zeit	103
2.1.4	Der Spiegel	105
3	Auswahl der frauenpolitischen Themen •	109
4	Hypothesen und Annahmen	112
4.1	Offene Hypothesen für die quantitative Analyse	112
4.2	Annahmen für die qualitative Analyse	113
5	Datenprobleme und Kategorienbildung	114
5.1	Datenprobleme	114
5.2	Kategorienbildung	115

IV Auswertung und Ergebnisse 116

1	Quantitative Entwicklung und Verteilung der Berichterstattung im Überblick	116
1.1	Quantitative Entwicklung	116
1.1.1	Anteile der untersuchten Medien an der Berichterstattung	116
1.1.2	Zeitliche Entwicklung der Gesamtberichterstattung in den einzelnen Medien	117
1.1.3	Verteilung der Themengebiete	119
1.2	Äußere Textstrukturen	121
1.2.1	Textumfänge	121
1.2.2	Handlungsort	121
1.2.3	Anlässe der Berichterstattung	122
1.2.4	Verteilung auf die Ressorts	123
1.2.5	Handlungsträgerinnen	124
1.3	Zusammenfassung	126

Themenverläufe anhand exemplarischer Beispiele aus den drei Themenkomplexen	127
2.1 Themenkomplex 'Erwerbstätigkeit'	128
2.1.1 Präferenzen innerhalb des Themenkomplexes Erwerbstätigkeit	128
2.1.2 Analyse intermedialer Thematisierungsprozesse aus dem Komplex 'Erwerbstätigkeit'	129
2.1.2.1 Beispiel: Allgemeine Arbeitsmarktentwicklung	130
2.1.2.2 "Mädchen in Männerberufen" und "Karrierefrauen".	132
2.1.2.3 Frauen bezahlen die Kosten der Vereinigung mit ihren Arbeitsplätzen.	136
2.2 Themenkomplex 'Politische Gleichberechtigung'	139
2.2.1 Präferenzen innerhalb des Themenkomplexes 'Politische Gleichberechtigung'	139
2.2.2 Analyse intermedialer Thematisierungsprozesse aus dem Komplex 'Politische Gleichberechtigung'	140
2.2.2.1 Allgemeine politische Situation von Frauen	140
2.2.2.2 Quotierung	146
2.2.2.3 Menschenrechtsverletzungen an Frauen	148
2.2.2.4 Exkurs: Sprachhandlungskonflikte.	149
2.3 Themenkomplex 'Feminismus'	151
2.3.1 Präferenzen innerhalb des Themenkomplexes 'Feminismus' 151	
2.3.2 Analyse intermedialer Thematisierungsprozesse aus dem Komplex 'Feminismus'.	153
2.3.2.1 Feministische Aktivitäten im Ausland	153
2.3.2.2 Feministische Theologie	155
2.3.2.3 Frauenleben in der Geschichte	161
2.4 UNO-Weltfrauenkonferenz	162
 Inszenierungsstrategien subtiler Konsensmanipulation	 170
3.1 Thematische Verschiebungen als Mittel der Uminszenierung	172
3.1.1 Banalisierung weiblicher Erwerbstätigkeit	173
3.1.2 Das Quotenopfer Mann	177
3.1.3 Trivialisierung über den Körper und vermeintlich weibliche Eigenschaften	179
3.2 Die Umdeutung feministischer Fahnenwörter in patriarchale Vexierworte und Stigmaworte	183
3.2.1 Die "Feministin als Agent Provokateur": Die Umdeutung des Fahnenwortes 'Feminismus' zum Vexier- und Schimpf- wort	186
3.2.2 Von der "Quotierung" zur "Quotenfrau".	193
3.2.3 Von der Frau zur "Dame".	195
3.3 Sexistischer Nebensinn und andere Stereotype	200

3.3.1	Sexistischer Nebensinn.	201
3.3.2	Patriarchale Bevormundung	208
3.3.3	Subtile Denunziation von Politikerinnen.	210
3.3.4	Subtile Denunziation erwerbstätiger Frauen.	214
3.3.5	Frauen gegen Frauen.	218
3.3.6	Phantasmen.	223
3.4	Episoden und Reihungen: Assoziation statt Argumentation . . .	229
3.4.1	Das kommunistische Flintenweib: Kopplizin für "Ein paar Nylons".	230
3.4.2	Uminszenierung von Opfer-Täter-Verhältnissen: "Betr.: Emanzen-Sieg".	233
3.4.3	Die Strategie der Diffusion: "Genervt vom Feminismus. Die Männer schlagen zurück".	237
3.5	Zusammenfassung.	242

Medienspezifische Strategien der Konsensbildung über frauenpolitische Themen im Überblick	243
--	------------

Ausblicke	253
-----------	-----

Literaturverzeichnis	257
----------------------	-----

Textanhang	281
------------	-----