

Elisabeth Klaus

Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung

Zur Bedeutung der Frauen
in den Massenmedien und im Journalismus

Inhalt

Tabellen und Abbildung	7
Formalia	8
Vorwort	9
<i>Nachtrag zur 2. Auflage</i>	10
Einleitung zur zweiten Auflage	13
<i>Die drei Paradigmen der Forschung</i>	14
<i>Ausdifferenzierung von (De-)Konstruktivismus und Poststrukturalismus</i>	19
<i>Die Verknüpfung von Cultural Studies und Gender Studies</i>	23
<i>Das Verhältnis von Kommunikationswissenschaft und Gender Studies</i>	26
Einleitung	31
Teil I Grundlagen einer feministischen Medienforschung	39
1 Vom Gleichheits- zum Differenzansatz, von der Frauen- zur Geschlechterforschung	41
1.1 <i>Zur Geschichte der kommunikationswissenschaftlichen Frauenforschung</i>	41
1.2 <i>Voraussetzung: Frauen als Opfer und als sozial Handelnde</i>	43
1.3 <i>Von der Besonderheit zur Gleichheit in der Differenz</i>	46
1.4 <i>Gleichheits- und Differenzansatz in der Kommunikationswissenschaft</i>	50
1.5 <i>Geschlecht als Paradoxon feministischer Forschung</i>	58
1.6 <i>Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft</i>	61
1.7 <i>Zum Beispiel: „Gendered technologies“</i>	67
1.8 <i>Feministische Medienforschung – ein Zimmer mit Ausblick</i>	75
2 Journalismus als zweigeschlechtliches System	79
2.1 <i>Journalismus als eine Ebene des Systems Öffentlichkeit</i>	80
2.2 <i>Selbstreferentielle Aspekte des journalistischen Systems</i>	84
2.3 <i>Das Publikum: Fremdreferenz und Umweltbeobachtung</i>	89
2.4 <i>Die Frau verzweifelt gesucht</i>	93
2.5 <i>Jenseits der Systemtheorie: Über Bedarf und Bedürfnisse</i>	96
3 Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Verständigungsprozess	103
3.1 <i>Öffentlichkeit als „Teilhabe an der Welt“</i>	103
3.2 <i>Die heimlichen Öffentlichkeiten der Frauen</i>	106
3.3 <i>Feministische Öffentlichkeit(en): Geschlecht als Beobachtungskategorie</i>	115
3.4 <i>Zwischenbilanz</i>	119

4 Massenmedien in Umbruchphasen.....	129
4.1 <i>Das Beispiel DDR</i>	130
4.2 <i>Journalismus in der Krise</i>	133
4.3 <i>Die Bedeutung von Frauenöffentlichkeiten</i>	138
5 Ausblick	143
Teil 2 Forschungssynopse	147
6 Journalistinnen.....	151
6.1 <i>Der Frauenanteil im Journalismus</i>	152
6.2 <i>Frauen in einem Männerberuf</i>	161
6.2.1 <i>Vertikale und horizontale Segregation</i>	161
6.2.2 <i>Männlicher Lebenszusammenhang und journalistische Berufsrolle</i>	171
6.2.3 <i>Betriebliche Öffentlichkeit und männliche Arbeitskultur</i>	177
6.2.4 <i>Geschlechterdiskurs und Geschlechterdefinitionen</i>	181
6.3 <i>Gibt es einen „weiblichen“ Journalismus?</i>	186
6.3.1 <i>Das „Nein, aber“ der Journalistinnen</i>	187
6.3.2 <i>Journalistisches Selbstverständnis und Berufsmotivation</i>	191
6.3.3 <i>Themenwahl und „weiblicher“ Blick</i>	195
6.3.4 <i>Recherchewege und Darstellungsformen</i>	198
6.3.5 <i>Die Ausgestaltung der Berufsrolle: Haben oder Sein?</i>	201
6.4 <i>Geschlecht als Unterscheidungsmerkmal im journalistischen Berufsfeld</i>	206
7 Geschlechterbilder.....	215
7.1 <i>Die Darstellung von Frauen in den Massenmedien</i>	217
7.1.1 <i>Fernsehen</i>	217
7.1.2 <i>Exkurs: Geschlechterkonstruktionen im dualen Rundfunksystem</i>	235
7.1.3 <i>Hörfunk</i>	240
7.1.4 <i>Printmedien</i>	243
7.1.5 <i>Frauenzeitschriften</i>	251
7.2 <i>Mediale Bilderwelten: Die Frauenzeitschriften</i>	257
7.3 <i>Medieninhalte und Geschlechterkonstruktionen</i>	265
8 Geschlechtergebundene Rezeptionsweisen	271
8.1 <i>Medienwirkungsforschung</i>	273
8.2 <i>Geschlechtsspezifische Publikumsforschung</i>	285
8.3 <i>Exkurs: Gewaltdarstellungen und Gewaltwahrnehmung</i>	295