

# Inhalt

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

<b>4 Massenmedien in Umbruchphasen</b> .....	<b>129</b>
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
<b>5 Ausblick</b> .....	<b>143</b>
<b>Teil 2 Forschungssynopse</b> .....	<b>147</b>
<b>6 Journalistinnen</b> .....	<b>151</b>
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
<b>7 Geschlechterbilder</b> .....	<b>215</b>
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
<b>8 Geschlechtergebundene Rezeptionsweisen</b> .....	<b>271</b>
8.1 <i>Medienwirkungsforschung</i> .....	273
8.2 <i>Geschlechtsspezifische Publikumsforschung</i> .....	285
8.3 <i>Exkurs: Gewaltdarstellungen und Gewaltwahrnehmung</i> .....	295

<b>9 Genre und Geschlecht: Die Soap-Opera-Diskussion .....</b>	<b>303</b>
9.1 Voraussetzungen .....	303
9.2 Die Soap Opera als (Haus-)Frauenggenre .....	311
9.3 Das vielfältige Vergnügen der Rezipientinnen .....	317
9.4 Differierende Lesarten und die Welt der Soaps .....	324
9.5 Soap Opera und Frauenöffentlichkeiten .....	330
9.6 Der Einfluss der Frauen und die Grenzen ihrer Macht .....	335
9.7 Kontexte der Rezeption und Geschlechterbedeutungen .....	343
<b>10 Rückblick .....</b>	<b>349</b>
 <b>Teil 3 Resümee .....</b>	 <b>359</b>
<b>11 Bausteine einer feministischen Medienforschung .....</b>	<b>361</b>
11.1 Die Bedeutung der Kategorie „Geschlecht“ im journalistischen System .....	362
11.2 Frauen als handelnde Subjekte im Mediensystem .....	365
11.3 Aufgaben der Kommunikationswissenschaft .....	371
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>379</b>
<b>Bibliographie der neu erschienenen Buchpublikationen 1997-2004 .....</b>	<b>425</b>
<b>Personenindex .....</b>	<b>431</b>
<b>Medienindex .....</b>	<b>437</b>
<b>Sachindex .....</b>	<b>441</b>

## **Tabellen und Abbildung**

Tabelle 1	Medien und Geschlecht: theoretische und methodische Perspektiven.....	77
Abbildung 1	Der Journalismus als „Zwiebel“ .....	87
Tabelle 2	Bedeutungsebenen im System Journalismus.....	144
Tabelle 3	Anteil von JournalistInnen unter den Festangestellten nach Medienbereich und Position 1992 .....	157
Tabelle 4	Anteil und Anzahl der Journalistinnen in den verschiedenen Ressorts .....	165
Tabelle 5	Lebenssituation von Journalisten und Journalistinnen .....	172
Tabelle 6	Das „Nein, aber...“ der Journalistinnen Auszüge aus „Macht war mir nicht wichtig“ von Uta van Steen (1988) .....	189
Tabelle 7	Methodisches Vorgehen der Studien von Küchenhoff und Weiderer zum Frauenbild des Fernsehens.....	219
Tabelle 8	Anteil der Frauen im Verhältnis zu Männern in ausgewählten Funktionen .....	221
Tabelle 9	Reichweite und Bindung an ausgewählte Angebotskategorien – Männer und Frauen in den alten und neuen Bundesländern 1995 .....	277
Tabelle 10	Genrevorlieben der Geschlechter.....	289
Tabelle 11	Rangliste der beliebtesten Fernsehgenres nach Geschlecht.....	291
Tabelle 12	Drei Ansätze der Soap-Opera-Forschung.....	309