Gleichstellung ‚on air'

Ein Leistungsvergleich des privaten und
des öffentlich-rechtlichen Hörfunksystems
in Nordrhein-Westfalen im Hinblick auf
§12 Abs. 2 LRG bzw. §5 Abs. 3 WDR-Gesetz

Dissertation zur Erlangung des Grades ‚Dr. phil.'
an der Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften,
Journalistik und Geschichte der Universität Dortmund

Gutachter: Prof. Dr. Günther Rager, Prof. Dr. Ulrich Pätzold
Dortmund, August 2000

Petra Werner

Kurzzusammenfassung

Der nordrhein-westfälische private Lokalfunk und der öffentlich-rechtliche WDR sollen den Prozess der gesellschaftlichen Gleichstellung von Männern und Frauen begleiten und fördern. Das haben die GesetzgeberInnen in den jeweiligen Programmaufträgen formuliert. Die vorliegende Arbeit sucht nach Antworten auf die Frage, wie die nordrhein-westfälischen Radios diesen Auftrag umsetzen. Den potenziellen Beitrag des Hörfunks zur Gleichstellung von Mann und Frau sehe ich dabei als Beitrag zur alltäglichen gesellschaftlichen Konstruktion der ‚Kategorie Geschlecht'. Bei der Abgrenzung der Untersuchungsfelder stütze ich mich auf eine Analyse der medienwissenschaftlichen Empirie und Theoriebildung. Die zentralen Untersuchungsdimensionen

- quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm und
- sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

bilden den Rahmen für die inhaltsanalytische Untersuchung der WDR-Programme 1live und WDR2 und von 42 privaten Hörfunkprogrammen. Ergänzend habe zufällig ausgewählte Werbespots und Musikstücke unter die Lupe genommen. Einen eigenen Untersuchungsschritt widme ich den Sendungen, die sich die Gleichstellung der Geschlechter auf die Fahnen geschrieben haben: den Frauensendungen im Bürgerfunk und der radio5-Sendung ‚abwasch'.

Die Antwort auf die oben formulierte Frage lauetet kurzgefasst: Weder WDR noch Lokalfunk werden in Sachen Gleichstellung sonderlich aktiv; was sie tun bzw. nicht tun, unterscheidet sich lediglich in Nuancen.

Wer eines der untersuchten Radioprogramme einschaltet, hört mit hoher Wahrscheinlichkeit eine männliche Stimme: Ob als Moderatoren, Journalisten oder als Akteure, über die berichtet wird – Männer sind in der Überzahl. Der Anteil der Frauen liegt je bei etwa einem Drittel. Die quantitative Präsenz ist allerdings nur die Basis für das ‚Wie' der Berichterstattung. Die Bilder, die 1live, WDR2 und der Lokalfunk von Frauen und Männern entwerfen und verbreiten, sind nur schwerlich als aktiver Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung zu werten. Es sind dieselben Defizite zu konstatieren, die in anderen Untersuchungen auch für andere Medien festgestellt wurden: In den medialen Darstellungen füllen Männer Entscheidungspositionen und tragen Verantwortung, Frauen nicht. Der Anteil der Berichterstattung, der sich qua Thema potenziell mit der Gleichstellung der Geschlechter auseinander setzt, ist ausgesprochen klein: Im Lokalfunk und bei WDR2 dreht sich etwa jeder fünfzigste Beitrag um das Zusammenleben mit PartnerInnen und/oder Kindern, um Arbeitsverteilung zwischen Männern und Frauen, um gleichstellungspolitische Fragen im weitesten Sinn. 1live macht hier insofern eine Ausnahme, als Partnerschaft, Beziehungen zwischen den Geschlechtern vergleichsweise häufig thematisiert werden. Sexistische Sprache kommt in den untersuchten Programmen zwar vor, bleibt aber eine Randerscheinung.

Inhaltsverzeichnis

		Seite
	Einleitung	**9**
1	**Entwicklung der Untersuchungsfelder und –fragen**	**11**
1.1	Zur Bedeutung der Kategorie ‚Geschlecht' im Forschungsprozess	12
1.2	Zum Stand der Gleichstellung in Deutschland: Die „Rhetorik der Gleichheit"	16
1.3	Was die Programme leisten müssen: Rechtliche Einordnung der Programmnorm in § 12 Abs. 2 LRG bzw. § 5 Abs. 3 WDR-Gesetz	27
1.4	Was die Programme leisten könnten: Zum Stand der medienwissenschaftlichen Forschung	30
1.4.1	Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm	31
1.4.1.1	Journalistinnen	32
1.4.1.2	Akteurinnen	36
1.4.1.3	Zusammenfassung: Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm	38
1.4.2	Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm	38
1.4.2.1	Status von Akteurinnen	39
1.4.2.2	Geschlechtsrollenstereotype in der Berichterstattung	42
1.4.2.3	Geschlechtsrollenstereotype in der Werbung	45
1.4.2.4	Zusammenfassung: Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm	48
1.4.3	Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm	48
1.4.3.1	Themenspektrum der Berichterstattung	48
1.4.3.2	Gleichstellungsrelevante Themen	50
1.4.3.3	Geschlechtsspezifische Perspektive in der Berichterstattung	52
1.4.3.4	Zusammenfassung: Thematische Berücksichtigung von Frauen in der Berichterstattung	54
1.4.4	Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm	54
1.4.4.1	Sexistischer Sprachgebrauch	55
1.4.4.2	Symmetrischer vs. mitmeinender Sprachgebrauch	58
1.4.4.3	Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen	60
1.4.4.4	Zusammenfassung: Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm	62
1.5	Zusammenfassung: Untersuchungsfelder	63
2	**Untersuchungsgegenstand: Die Radioprogramme in NRW**	**65**
2.1	Die öffentlich-rechtlichen und privaten Programme in Nordrhein-Westfalen	65
2.2	Zur Auswahl der Programme für die empirische Analyse	68
2.3	Die Formate der untersuchten Progamme	69
2.4	Zur Personalsituation der untersuchten Sender	72

3 Anlage der Untersuchung 75

3.1 Auswahl der untersuchten Beiträge 75

3.2 Operationalisierung der Untersuchungsdimensionen 80

3.3 Kategoriensystem 82

3.4 Durchführung der Untersuchung 87

3.5 Reliabilität 88

3.6 Sonderauswertungen 91
3.6.1 Werbestudie 91
3.6.2 Musikstudie 95

3.7 Analyse der Frauensendungen 97

4 Ergebnisse der Programmanalyse 99

4.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 100
4.1.1 ModeratorInnen 100
4.1.2 JournalistInnen 104
4.1.3 Akteurinnen 109
4.1.4 GesprächspartnerInnen 111
4.1.5 Zusammenfassung: Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 113

4.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 114
4.2.1 Status der AkteurInnen 114
4.2.2 Geschlechtsrollenstereotype in der Berichterstattung 117
4.2.3 Zusammenfassung: Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 120

4.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm 121
4.3.1 Themen der Berichterstattung 121
4.3.2 Gleichstellungsrelevante Themen 123
4.3.3 Präsenz von Akteurinnen bei unterschiedlichen Themenfeldern 125
4.3.4 Geschlechtsspezifischer Blickwinkel 126
4.3.5 Zusammenfassung: Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm 128

4.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm 129
4.4.1 Sexistischer Sprachgebrauch 129
4.4.2 Symmetrische Sprache 132
4.4.3 Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen 134
4.4.4 Zusammenfassung: Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm 134

4.5 Sonderauswertung Werbung 135

4.6 Sonderauswertung Musik 140

4.7 Zusammenfassung: Ergebnisse der Programmanalyse 143

5 Analyse der Frauensendungen in den untersuchten Programmen 149

5.1 Frauensendungen im Bürgerfunk – Ergänzung oder Abschaltfaktor? 150
5.1.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 155
5.1.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 155
5.1.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm 158
5.1.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm 161

5.2 ‚abwasch' – Das öffentlich-rechtliche Frauenmagazin auf Radio5 162
5.2.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 163
5.2.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm 164
5.2.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm 165
5.2.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm 167

5.3 Zusammenfassung: Analyse der Frauensendungen 168

6 Fazit und Ausblick 170
Welchen Beitrag leistet 1live zur Verwirklichung von Gleichstellung? 170
Welchen Beitrag leistet WDR2 zur Verwirklichung von Gleichstellung? 171
Welchen Beitrag leistet der Lokalfunk zur Verwirklichung von Gleichstellung? 172
Welchen Beitrag leisten die Frauensendungen zur Verwirklichung von Gleichstellung? 175
Systemübergreifende Perspektive: Rabatt für den Privatfunk? 178
Aktive Komponente betont: Bewertung der Ergebnisse vor dem Hintergrund der Reformulierung des Programmauftrags 179
Handlungspotenziale der am Kommunikationsprozess beteiligten Institutionen 182

Literatur 190

Anhang 201
I Codebuch für die Inhaltsanalyse der allgemeinen redaktionellen Programme 201
II Codebuch für die Inhaltsanalyse der Werbespots 217
III Überblick über die Untersuchungsschritte im Projekt ‚Ausgeblendet? Frauenbild und Frauenthemen im Lokalfunk' 223

Verzeichnis der Abbildungen im Text

Kapitel 1:

Abb. 1: Was Männer und Frauen im Leben wichtig finden … 17
Abb. 2: Väter und Erziehungsurlaub 20
Abb. 3: Sollen Frauen auf eigenen Füßen stehen? 21
Abb. 4: PartnerInnen oder nicht? 25
Abb. 5: Anteil von AkteurInnen in verschiedenen Studien 37
Abb. 6: Status von Akteuren und Akteurinnen in der Tageszeitungsberichterstattung 39
Abb. 7: Determinanten der Produktion von Geschlechterbildern 43
Abb. 8: Themen der Berichterstattung 49

Kapitel 2:

Abb. 9: Zielgruppenreichweiten des Lokalfunks 66
Abb. 10: Zielgruppenreichweiten der WDR-Programme 67
Abb. 11: Musik-/Wortanteile der WDR-Programme 67
Abb. 12: Anteile der Frauen in den Redaktionen 73

Kapitel 3:

Abb. 13: 1live: Programmschema und Nutzungsdaten 79
Abb. 14: WDR2: Programmschema und Nutzungsdaten 79
Abb. 15: Reliabilitätswerte bei der Lokalfunk-Codierung 89
Abb. 16: Reliabilitätswerte bei der WDR-Codierung 90

Kapitel 4:

Abb. 17: Strukturdaten der Stichprobe 99
Abb. 18: ModeratorInnen on air 100
Abb. 19: Moderation: Extremwerte im Lokalfunk 101
Abb. 20: Moderationsstile von Männern und Frauen im Lokalfunk 103
Abb. 21: Anteile von JournalistInnen on air 104
Abb. 22: Anteile von JournalistInnen im Tagesverlauf 105
Abb. 23: JournalistInnen on air: Extremwerte im Lokalfunk 105
Abb. 24: Anteile von JournalistInnen nach Themen 107
Abb. 25: JournalistInnen on air im niedersächsischen Hörfunk 108
Abb. 26: AkteurInnen on air 109
Abb. 27: AkteurInnen on air: Extremwerte im Lokalfunk 109
Abb. 28: AkteurInnen on air in NRW und Niedersachsen 110
Abb. 29: Status der AkteurInnen on air 114
Abb. 30: Status von Akteurinnen und Akteuren im Vergleich 115
Abb. 31: Positionen der AkteurInnen im Vergleich 118
Abb. 32: Weitere Frauenrollen im Vergleich 119
Abb. 33: Weitere Männerrollen im Vergleich 119
Abb. 34: Themen der Berichterstattung 121
Abb. 35: Themen außerhalb der Nachrichten 122
Abb. 36: Gleichstellungsrelevante Themen 124
Abb. 37: Präsenz von Akteurinnen nach Themen 125
Abb. 38: Personen in Werbespots 136

Kapitel 5:

Abb. 39: Stundenuhr ‚Die 3 k's – kess, kühn, kirchlich' 151
Abb. 40: Stundenuhr ‚Donna wettert!' 152
Abb. 41: Stundenuhr ‚Die Frauenredaktion' 153
Abb. 42: Stundenuhr ‚Radio ASG – Frauenmagazin' 154
Abb. 43: AkteurInnen in den Frauensendungen 155
Abb. 44: Status der AkteurInnen in den Frauensendungen 156
Abb. 45: Themen in den Frauensendungen 159
Abb. 46: Sprachspezifika in den Frauensendungen 161
Abb. 47: AkteurInnen in ‚abwasch' 163
Abb. 48: Status der AkteurInnen in ‚abwasch' 165
Abb. 49: Sprachspezifika in ‚abwasch' 167

Einleitung

„Mick Jagger ganz weich: Der Frontmann der legendären ‚Rolling Stones' hat seine 87-jährige Mutter im Krankhaus besucht... wenn's die Schwiegermutter wäre, würde ich ja sagen: ‚Sympathy for the Devil!'"

(WDR2, 14. April 2000, ca. 14.45 Uhr)

Gleichberechtigung in den Medien – ist das überhaupt noch ein Thema, mit dem man sich länger beschäftigen kann? Ist dazu nicht alles gesagt? Und gibt es sie nicht längst?

Ein Blick in jede x-beliebige Zeitung oder jedes x-beliebige Fernsehprogramm zeigt, dass es mit der Gleichberechtigung noch nicht so weit her ist: In den Botschaften aus der Welt der Politik und der Wirtschaft bleiben Männer meistens unter sich. Die Lokalzeitung, die ich aus unerfindlichen Gründen allmorgendlich lese, platziert Frauen – hübsch drapiert mit Nachwuchs, Eistüte oder Sonnenhut – am liebsten zur Zierde auf die erste Lokalseite. Gisela Brackert, vor ihrer Pensionierung Redakteurin beim Hessischen Rundfunk, nannte in einem Interview das Radio das demokratischere Medium – wenn man nichts sehen, sondern nur hören kann, kann man Frauen schon mal nicht als optisch schmückendes Beiwerk inszenieren. Und noch etwas anderes macht das Radio in dieser Frage zu einem interessanten Medium: Ganz im Gegensatz zu Tageszeitungen haben Rundfunksender dezidierte gesetzliche Aufträge. Und in Nordrhein-Westfalen haben sie genau den Auftrag, für die Verwirklichung von Gleichberechtigung zu sorgen. (Zum genauen Wortlaut und der Auslegung des Programmauftrags sowie den Gesetzesänderungen seit Beginn dieser Untersuchung vgl. Kapitel 1.3.)

Angeregt durch die Mitarbeit in einem Forschungsprojekt über „Frauenbild und Frauenthemen im nordrhein-westfälischen Lokalfunk"*, habe ich mir für meine Dissertation die Frage gestellt, wie die nordrhein-westfälischen Radios diesen Auftrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung umsetzen. Und ob der Beitrag, den die privaten Lokalradios leisten, anders aussieht als der des öffentlich-rechtlichen WDR.

Im ersten, ‚theoretischen' Teil der Arbeit stelle ich zunächst einige Überlegungen zur Bedeutung der Kategorie ‚Geschlecht' im Forschungsprozess an. Diese Überlegungen sind die Basis für das weitere Vorgehen. Gibt es überhaupt (noch) in nen-

* Dieses Projekt, das von der Landesanstalt für Rundfunk NRW und dem nordrhein-westfälischen Gleichstellungsministerium in Auftrag gegeben wurde, habe ich gemeinsam mit Lars Rinsdorf von 1995 bis 1997 für das media consulting team in Dortmund bearbeitet. Teile der Fragestellung des Projekts, der theoretischen Vorüberlegungen und der erhobenen Daten sind in diese Arbeit eingegangen. Die entsprechenden Stellen sind gekennzeichnet. Zu den einzelnen Untersuchungsschritten und den angewendeten Methoden vgl. S. 223-224.

nenswertem Umfang gesellschaftliche Gleichstellungsdefizite, denen per Radio zu Leibe gerückt werden muss? Oder kann der fragliche Gesetzesauftrag als obsolet betrachtet werden, weil Gleichberechtigung bereits verwirklicht ist? Die Antworten auf diese Fragen umreiße ich kurz, bevor ich die für die empirische Analyse relevanten Untersuchungsfelder herleite. Im Zentrum stehen dabei zunächst die Reichweite bzw. die Grenzen der Programmnorm. Sobald diese Grenzlinien markiert sind, werde ich sie überschreiten – und fragen, wie nicht der Mindest-, sondern der Idealbeitrag eines Radioprogramms zur Verwirklichung von Gleichberechtigung aussehen könnte: Wie können JournalistInnen bzw. Redaktionen den Programmauftrag aktiv ausgestalten? Bei diesen Überlegungen stütze ich mich auf eine Analyse der einschlägigen Literatur und auf die Aussagen von im Projekt befragten Expertinnen in Sachen medialer Gleichstellung. Die in diesem Abschnitt ent-wickelten Untersuchungsdimensionen

- quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm und
- sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

bilden den Rahmen für die inhaltsanalytische Untersuchung, den empirischen Teil der Arbeit, und tauchen als Gliederungspunkte in den folgenden Kapiteln auf.

Welche der in Nordrhein-Westfalen produzierten und empfangbaren Radioprogramme in die Untersuchung eingehen, begründe ich im folgenden Abschnitt. Ich charakterisiere kurz die ausgewählten Programmformate und liefere Hintergrunddaten zur Personalsituation in den Sendern. Daran schließt sich die Beschreibung der Untersuchungsanlage, die Operationalisierung der Forschungsfragen und die Entwicklung der verwendeten Variablen und Kategorien an.

Im Zentrum des zweiten, empirischen Teils der Arbeit steht eine Programmanalyse und -bewertung sowohl unter systemimmanenter wie unter systemübergreifender Perspektive. Für die systemübergreifende Perspektive stehen verschiedene Interpretationsmodelle zur Auswahl: Zum einen das Identitätsmodell, das davon ausgeht, dass von privaten Rundfunkveranstaltern dieselbe Leistung bzw. ein vergleichbarer Beitrag wie von den öffentlich-rechtlichen verlangt werden kann; zum anderen das Distanzmodell, das für die Leistung der Privaten einen Abschlag, eine ‚Rabattierung' vorsieht.

1 Entwicklung der Untersuchungsfelder und -fragen

Wie setzen die Radio-Journalisten und -Journalistinnen in Nordrhein-Westfalen den Auftrag um, den LRG und WDR-Gesetz ihnen in Sachen Gleichberechtigung mit auf den Weg geben? Das ist die zentrale Untersuchungsfrage dieser Arbeit. Um diese Frage empirisch bearbeiten und beantworten zu können, sind zunächst einige Eckpunkte zu markieren, innerhalb derer sich die Untersuchung bewegen soll.

Ich beginne mit einigen Anmerkungen zur Bedeutung und Operationalisierbarkeit der in dieser Arbeit zentralen Kategorie ‚Geschlecht'. Denn den potenziellen Beitrag des Hörfunks zur Gleichstellung von Mann und Frau sehe ich „im Rahmen einer interaktionistischen Geschlechtertheorie als Beitrag zur alltäglichen Konstruktion der Kategorie Geschlecht" (Cornelißen/Gebel 1999: 20). Damit ist die Untersuchung der medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung zuzurechnen, deren theoretischen Hintergrund ich kurz umreiße.

Daran schließen sich Beobachtungen zum derzeitigen Stand der Gleichberechtigung bzw. Gleichstellung in Deutschland an. Diese Beobachtungen sind beileibe nicht vollständig. Allerdings halte ich es nicht für meine Aufgabe, in dieser Arbeit zu belegen, DASS Frauen und Männer ausgangs des 20. Jahrhunderts nicht gleichgestellt sind. Frauen sind – gesamtgesellschaftlich, nicht unbedingt im Einzelfall – noch immer die primär Verantwortlichen für die Erziehung von Kindern. Frauen in leitenden Positionen sind im Journalismus wie in anderen Branchen noch immer rar gesät. Und die politische Welt wird noch immer von männlichen Entscheidungsträgern dominiert. Das mag als Kurzversion eines Belegs genügen. Defizite bei Gleichberechtigung und tatsächlicher Gleichstellung aufzuspüren und detailliert zu analysieren, kann zudem nicht in einer einzelnen Untersuchung geleistet werden, sondern wäre eine Aufgabe, die sich durch sämtliche Disziplinen zöge. Aber ob die nordrhein-westfälischen Radiosender genug für die Verwirklichung von Gleichberechtigung tun, kann nicht entschieden werden, ohne – erstens – einen Blick auf die Realität der Gleichberechtigung zu werfen.

Ob die nordrhein-westfälischen Radiosender genug für die Verwirklichung von Gleichberechtigung tun, kann zweitens nicht entschieden werden, ohne zu definieren, was ‚genug' ist. Dafür orientiere ich mich an zwei Marken: zunächst an den Mindestanforderungen, die die Programme erfüllen müssen, um die Programmaufträge nicht zu verletzen. In einem zweiten Schritt bündele ich die Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung und umreiße, was die Programme leisten könnten, wollten sie die Programmaufträge aktiv ausgestalten.

1.1 Zur Bedeutung der Kategorie ‚Geschlecht' im Forschungsprozess

In einer empirischen Arbeit, in der es um die Verwirklichung von Gleichberechtigung durch die bzw. in den Medien geht, wird die Kategorie Geschlecht naturgemäß eine bedeutende Rolle spielen. Sucht man in kommunikationswissenschaftlichen mainstream-Publikationen nach der Geschlechterperspektive, so stößt man allenfalls auf eine Differenzierung einzelner, ausgewählter Ergebnisse nach Männern und Frauen (vgl. Weischenberg 1994a und 1994b, Schneider 1993a und 1993b).

Ein beträchtlicher Teil der scientific community hält noch nicht einmal das für erforderlich. Zwei Beispiele: In einer vergleichenden Untersuchung von Moderationsspezifika in zehn bayerischen Radioprogrammen erhebt Schröter „Aspekte der Selbstdarstellung" wie beispielsweise „Person des Moderators", erwähnt aber mit keiner Silbe, ob es sich bei diesen Personen um Männer oder Frauen handelt (Schröter 1994: 10). Nahezu paradoxe Züge nimmt das Ignorier-Verhalten in einer Studie des Ifak-Instituts über Nutzung und Akzeptanz lokaler Fernsehangebote in Bayern an: Zwar wird unter dem Stichwort „Redressment" ausgeführt, dass die repräsentative Stichprobe auf Basis der amtlichen Statistik nach Geschlecht gewichtet wurde (Ifak-Institut 1991: 5) – das zeigt, dass den Forschern eine wie auch immer geartete Relevanz dieser Variable durchaus bewusst ist. In der kompletten Studie wird allerdings kein einziger Befund nach Geschlecht aufgeschlüsselt; bei der Beschreibung der soziodemographischen „Zusammensetzung der Nutzer lokaler Medien" kommen die Variablen Alter, Schulbildung und Haushaltsnettoeinkommen ins Spiel, Geschlecht dagegen bleibt außen vor (Ifak-Institut 1991: 29).

Spezifikum der Geschlechter- bzw. Gender-Forschung hingegen ist, alles durch das „Geschlechterprisma" (Nussbaum 1998: I) zu betrachten. Die Kategorie Geschlecht wird dabei nicht als statische Variable interpretiert, die als eine unter vielen in den Forschungsprozess aufgenommen wird, sondern als Strukturvariable, die dem Forschungsprozess zugrunde liegt (vgl. die Argumentation von Lünenborg 1997: 208). „Geschlecht als eine wesentliche Kategorie der Strukturierung subjektiver Erfahrung anzuerkennen, ist … die Voraussetzung, um das Ausmaß geschlechterdifferenter Wirklichkeitskonstruktionen zu erkennen. Will man das System Journalismus mit den ihm zugrundeliegenden Regeln begreifen, so ist eine Berücksichtigung dieser Kategorie unverzichtbar." (Lünenborg 1997: 40) Die kommunikationswissenschaftlichen Befunde, die durch das Geschlechterprisma in den Blick kommen, stehen in den folgenden Abschnitten im Mittelpunkt; in diesem Abschnitt geht es zunächst darum, dieses Prisma in seinen Strukturen zu beschreiben.

In den theoretischen Ansätzen der Geschlechter- bzw. Gender-Forschung „dominiert zur Zeit die Konzeption der Kategorie Geschlecht als soziale Konstruktion“ (Behnke 1997: 11; vgl. hierzu Butler 1991, Hirschauer 1989; Gildemeister/ Wetterer 1992; Becker-Schmidt/Knapp 1987). Hierzu wurde zunächst die Trennung von biologischem (‚sex‘) und sozialem (‚gender‘) Geschlecht vollzogen; mit dieser Trennung wurde „darauf insistiert, dass zwischen beiden kein kausaler Zusammenhang besteht“ (Maihofer 1995: 19). Vielmehr wird die Geschlechterpolarisation von einem Teil der Theoretikerinnen mit der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung in Berufsarbeit / Familienarbeit begründet (vgl. exemplarisch Beck-Gernsheim 1976, 1980). Andere leiten sie aus einer geschlechtsspezifischen Beziehungskompetenz ab, die über Primärerfahrungen in der Familie weitergegeben werden (vgl. exemplarisch Chodorow 1985). Hoffmann fasst diese Ansätze als Modelle bipolarer Geschlechtersozialisation (Hoffmann 1997).

Teil dieser Gedankensysteme ist die Kritik an der symbolischen Ordnung der Zweigeschlechtlichkeit (vgl. Gildemeister/Wetterer 1992: 202): „Sie <die Frau; P.W.> ist als Analysekategorie einerseits erforderlich, andererseits jedoch ungeeignet, weil man dabei gleichzeitig das Pendant mitdenken muss: ‚den Mann‘. Hierbei verbleibt man innerhalb der symbolischen Ordnung der Zweigeschlechtlichkeit, die auf diese Weise reproduziert wird. Das ist als Problem beschreibbar, doch es gibt keine Lösung dafür, da es sich um ein Paradox handelt.“ (Küchler 1997: 71; vgl. auch Wetterer 1995a: 22-23) Dieses Problem spricht auch Klaus an: „Die frühere Abgrenzung von sozialem Geschlecht (gender) und biologischem Geschlecht (sex), mit dem Frauenforscherinnen ihren Forschungsansatz legitimiert haben, ist … als unzureichend verworfen. Als Beobachtungsform reproduziert feministische Forschung immer zugleich sexuelle und kulturelle Differenz. Anders formuliert: Sie setzt als Essenz voraus, was sie zugleich als gesellschaftlich bedingt kritisiert.“ (Klaus 1998: 47)

An diesen Definitionsversuchen ist aus meiner Sicht zweierlei auszusetzen:

Erstens verkommt Geschlecht in diesen Ansätzen zum „bloßen Bewußtseinsphänomen“, wird zu einem „Effekt von Darstellung und Wahrnehmungen“, zu „etwas, was den Individuen letztlich doch äußerlich bleibt“ (Maihofer 1995: 84). Auch Behnke moniert an der aktuellen Diskussion um die Kategorie Geschlecht ihre „Entsexuierung“ (1997: 15).

Und zweitens erweisen sich diese Modelle „im Rahmen der empirischen Forschung nicht als angemessen“ (Behnke 1997: 11; vgl. auch Küchler 1997: 71). Eine Definition von Geschlecht als sozialer Konstruktion ist für die empirische Kommunikations-

forschung ebenso wenig operationalisierbar wie die (aus der bereits erwähnten Kritik an der symbolischen Ordnung der Zweigeschlechtlichkeit heraus entwickelten) Annahme, es gebe nicht bloß die zwei allgemein bekannten, sondern darüber hinaus noch viele andere Geschlechter. So bedauert etwa Wetterer: „… von konkretisierbaren Alternativen wie etwa der von mir so geschätzten Siebengeschlechtlichkeit oder von Ulrike Teubners noch unbescheideneren 87 Geschlechtern (…) ist weit und breit noch nix zu sehen“ (1995b: 225; Wetterer bezieht sich hier auf Teubner 1993; vgl. auch Teubner 1995: 248-249).

Maihofer schlägt statt dessen vor, Geschlecht als „gesellschaftlich-kulturelle Existenzweise“ (1995: 79) zu fassen; Mannsein und Frausein ist in diesem Sinne „eine historisch bestimmte Art und Weise, zu existieren“ (Maihofer 1995: 85; vgl. auch Hoffmann 1997: 142-144). Das heißt, wir werden nicht nur – als Effekt von Sozialisation, interaktiven Leistungen etc. – zu Männern und Frauen ‚gemacht‘ (Scheu 1986), „wir sind in einem bestimmten Maße auch wirklich so geworden“ (Meulenbelt, Anja: Wie Schalen einer Zwiebel oder Wie wir zu Frauen und Männern gemacht werden. München. S. 14; zit. nach Maihofer 1995: 16, Fn. 14). Vereinbar mit dieser Sichtweise ist die Beschreibung von Klaus, nach der Geschlecht als „Platzanweiser“ in der Gesellschaft diene (1998: 14). Bezogen auf die Vergeschlechtlichung von Berufsarbeit formuliert Wetterer, „dass so gut wie jede Arbeit in unserer Gesellschaft ein bestimmtes Geschlecht hat – oder zumindest: zu haben scheint. Es gibt, das lässt sich der Statistik ebenso entnehmen wie dem Alltagsverständnis, Frauenarbeit und Männerarbeit, Frauenberufe und Männerberufe, ‚weibliche‘ und ‚männliche‘ Branchen und Arbeitsplätze.“ (Wetterer 1995a: 11)

Cornelißen versucht zum einen „eine rigide Setzung der Geschlechterdifferenz“ zu vermeiden, und zum anderen die Relevanz anderer sozialer Differenzierungen wie Klasse, Ethnie, Alter und Lebensstil zu integrieren (Cornelißen 1996: 18). Als Dimensionen der Kategorie „Geschlecht“ nennt Cornelißen:

- gesellschaftlich verfügbare Männer- und Frauenbilder,
- geschlechtsspezifische Arbeitsteilung,
- Hierarchien im Geschlechterverhältnis und
- subjektive Geschlechtsidentitäten (Cornelißen 1996: 21).

Frauen- und Männerbilder (vgl. hierzu ausführlich Kapitel 1.4.2.2) dürfen dabei nicht als zutreffende Charakterisierungen, bestehende geschlechtsspezifische Arbeitsteilung – ebenso wenig wie in der eben zitierten Textpassage – nicht als Verhaltenspotenzial missverstanden werden.

Diese Definition soll deutlich machen, dass es bei Geschlechterdifferenzen nicht um „konstante Wesensunterschiede, sondern um Differenzen im ‚doing‘“ geht (Kotthoff 1993: 81). Soziale Geschlechterdifferenz ist somit „nicht Effekt eines natür-

lichen Unterschiedes, sondern sie entsteht in einer sozialen Situation. Als soziales Arrangement, das in verschiedenen Kontexten immer wieder produziert und bestätigt wird, liefert sie die Rechtfertigung für eine grundlegende Teilung der Gesellschaft.“ (Angerer/Dorer 1994: 10)

Gleichzeitig verweist diese Definition auf ihre eigene Vorläufigkeit bzw. Flexibilität. Denn keine der genannten Dimensionen ist eine gesetzte Größe, sondern steten Veränderungen unterworfen. „Dabei führt die Ungleichzeitigkeit des Wandels in verschiedenen gesellschaftlichen Sektoren in den westlichen Industrienationen zu erheblichen Diskrepanzen zwischen jeder konsistenten Geschlechterideologie und der gesellschaftlichen Wirklichkeit.“ (Cornelißen 1994a: 14)

Mit den Worten von Irmela Schneider bedeutet dies, bis auf weiteres „mit schlechtem Gewissen an der Basis-Dichotomie festzuhalten“ (Irmela Schneider am 27.2.1998 beim Workshop ‚Gender studies und Kommunikationsiwssenschaft‘ der Fachgruppe Frauenforschung in der DGPuK).

1.2 Zum Stand der Gleichstellung in Deutschland: Die „Rhetorik der Gleichheit“

(Beck 1990: 24)

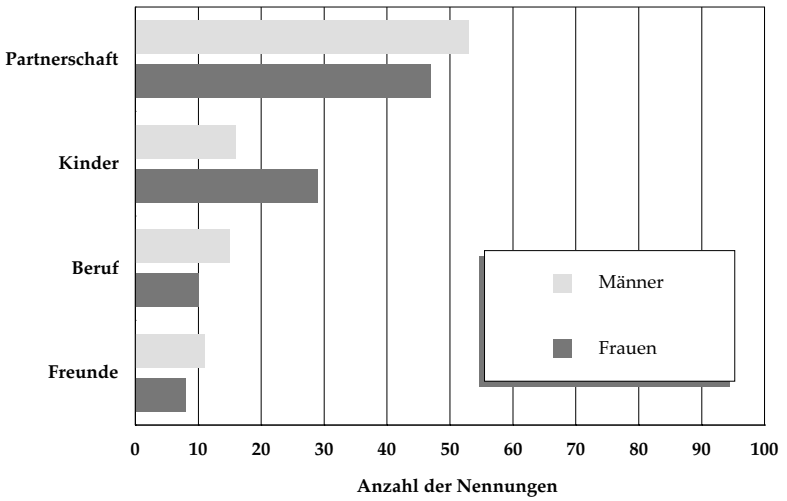
Die Veränderungen bzw. Angleichungen der vergangenen 20 Jahre „betreffen derzeit mehr das Bewußtsein der Geschlechter als ihr Verhalten und ihre soziale Lage. Sie haben die Lebenssituation von Frauen bisher sehr viel stärker erfaßt als die von Männern.“ (Cornelißen 1994a: 34) Während die Lebensläufe der weitaus meisten Männer sich noch immer stark an der männlichen ‚Normalbiografie‘ orientieren, ist eine umfassende „Modernisierung“ weiblicher Lebensläufe zu konstatieren (vgl. Geissler/Oechsle 1996; Seidenspinner u.a. 1996; Ellermann/Klatt 1995; Leisering u.a. 1993). Modernisierung bezeichnet hier „das neue Verhältnis der Frauen zu Bildung, Beruf, Politik, Familie und Geschlechterverhältnis“ (Geissler/Oechsle 1996: 15). Renoviert wird allerdings bislang nur die eine Seite der Fassade – nämlich die Teilhabe von Frauen an Bildung und Beruf. An der Arbeitsteilung der Geschlechter und dem hegemonialen Modell der ‚heilen Familie‘ als „Triade von Vater-Mutter-Kind“ (Böllert 1993b: 112; vgl. auch Geissler/Oechsle 1996: 276) sind die Aufräumarbeiten bislang eher spurlos vorübergegangen. (Bei den folgenden Ausführungen und Zahlen beziehe ich mich jeweils auf Ergebnisse, die für den Westteil Deutschlands gelten – soweit getrennt ausgewiesen. Für die neuen Bundesländer sehen die Zahlen teilweise ganz anders aus, auch die Lebensplanung von Frauen unterliegt im Osten Deutschlands nach wie vor anderen Gesetzmäßigkeiten. Diese Unterschiede sind jedoch nicht Gegenstand der Arbeit; interessierte Leserinnen und Leser seien insbesondere auf Gleichberechtigung 1996 (aktuelle Umfragedaten) und Ellermann/Klatt 1995 (Studie zum Selbstverständnis von Frauen in Ost und West) verwiesen.)

Die Lebensführung von Frauen orientiert sich heute also an einem „zweipoligen Koordinatensystem“ (Beck 1986: 220; vgl. auch Feldmann-Neubert 1991: 52-53). Für diese ‚doppelte‘ Lebensführung gibt es jedoch noch immer „kein ausgearbeitetes, biografisches Modell, keine gesellschaftlich sanktionierte Abfolge von Lebensphasen und Übergängen im Lebenslauf, insbesondere fehlt jede institutionelle Absicherung der Vereinbarung von Familie und Beruf“ (Geissler/Oechsle 1996: 30). Der „biografische Pluralismus“, den Beck schon in den 80ern entdeckt hat (Beck 1986: 189), zeigt sich bei jungen Frauen heute in einer Vielzahl von Modellen, die die Lebenslauf-Forschung freigelegt hat (vgl. insbesondere Geissler/Oechsle 1996 sowie Seidenspinner u.a. 1996).

Für die differenzierte Betrachtung lassen sich die Handlungsorientierungen junger Frauen nicht nur in zwei, sondern in drei Dimensionen aufsplitten: Geissler/Oechsle nennen Arbeits-, Partner- und Familienorientierung (1996: 60-69). Dieser theoretische Ansatz lässt sich auch empirisch nachvollziehen: In Umfragen zeigt

sich die unterschiedliche Prioritätensetzung von Männern und Frauen bei der Bedeutung verschiedener Lebensbereiche (Gleichberechtigung 1996: 7-10; vgl. Abb. 1). Ganz vorne rangiert für Männer wie für Frauen die Partnerschaft – für gut die Hälfte der Männer ist das der wichtigste Lebensbereich und für knapp die Hälfte der Frauen; Kinder dagegen haben für Frauen eine weit größere Bedeutung als für Männer. Der Beruf ist nur für einen kleinen Teil der Bevölkerung das Wichtigste im Leben.

Was Männer und Frauen im Leben wichtig finden … Abb. 1



Welcher Lebensbereich ist Ihnen am wichtigsten: der Beruf, die Partnerschaft, Freunde oder Kinder? Befragt wurden 749 Männer und 762 Frauen im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Quelle: Gleichberechtigung 1996: 7. Lesebeispiel: Für 53 Prozent der Männer ist die Partnerschaft der wichtigste Lebensbereich.

Die – in Relation zu den Frauen – stärkere Berufsorientierung der Männer macht sich vor allem in den Kombinationen dieser Bereiche bemerkbar. Durch die Konstellationen in den Ausprägungen dieser Handlungsorientierungen ergeben sich verschiedene Typen der Lebensplanung. „So können falsche Verallgemeinerungen vermieden werden, die beispielsweise jeder berufstätigen Frau, die ein Kind bekommt, den doppelten Lebensentwurf zuschreiben (…). Und nicht jede Frau, die plant, ihre Erwerbsarbeit zu unterbrechen, ist damit ‚familienzentriert'." (Geissler/Oechsle 1996: 79)

In einer äußerst differenzierten Untersuchung haben Geissler/Oechsle fünf Lebensplanungstypen bei jungen Frauen freigelegt (Geissler/Oechsle 1996; sämtliche nicht weiter gekennzeichneten Seitenangaben in den folgenden Abschnitten beziehen sich auf diese Publikation):

- Die traditionell familienzentrierte Lebensplanung und
- die modernisiert familienzentrierte Lebensplanung basieren beide auf komplementärer Arbeitsteilung der Geschlechter. Die Familie wird als Lebensort der Frau begriffen. Während jedoch in der ‚traditionellen' Variante der Abschluss einer Ausbildung bereits den „Höhepunkt beruflicher Ambitionen" darstellt (153), spielt der Beruf in der ‚modernisierten' Variante zumindest vor der Familiengründung eine eigenständige Rolle (178). Insofern entspricht dieser Typ am ehesten dem ursprünglichen ‚Drei-Phasen-Modell'. Weitere Unterschiede zwischen den beiden Ausprägungen zeigen sich vor allem in spezifischen Kompe-

tenzen des Handelns und Planens (beim ‚traditionellen' Typ kaum ausgeprägt; 178) und in der subjektiven Wahrnehmung des Geschlechterverhältnisses: Beim ‚modernisierten' Typ wird die „wachsende Gleichheit im Geschlechterverhältnis ausdrücklich begrüßt (…). Anders als im traditionellen Typus werden männliche Verfügungsansprüche nicht akzeptiert." (179)

- Die berufszentrierte Lebensplanung ist gekennzeichnet durch qualifizierte Ausbildung und den Wunsch nach materieller Unabhängigkeit (280). „Die Vorstellung eines berufszentrierten Lebens, die Männer schon vor jeder beruflichen Sozialisation verinnerlicht haben, müssen Frauen sich jeweils individuell aneignen. … Den Beruf in den Mittelpunkt ihrer Lebensplanung zu stellen, kann daher für Frauen nicht heißen, das männliche Lebenslauf-Modell zu imitieren, sondern es fordert eigenständige Planungsleistungen von ihnen." (219) Angestrebt wird eine „Befreiung aus den Konventionen der Weiblichkeit" (225). Dieser Typus geht von der Gleichheit der Geschlechter aus; Gleichberechtigung erscheint ihnen bereits durchgesetzt (232). Eine primäre Berufsorientierung bedeutet im Übrigen nicht zwangsläufig, kein Kind zu haben.
- Die „doppelte Lebensplanung" strebt eine Balance der Lebensbereiche an – allerdings über den gesamten Lebenslauf hinweg und nicht in jeder Lebensphase parallel (114-115). Zentrales Element der doppelten Lebensplanung ist, „mit der Familiengründung das Verhältnis von Beruf und Familie zu Lasten des Berufs neu zu gewichten" (103). Eine klassische Berufskarriere schließt das im Allgemeinen aus; Aufstiegswünsche finden sich daher nur selten. Balance ist auch ein wichtiges Stichwort in der Partnerorientierung der Frauen dieses Typs – in diesem Fall die Balance zwischen Bindung und Autonomie (110). Kinder sind keine Selbstverständlichkeit, sondern werden als „biografisches Projekt" (115) begriffen. Eine potenzielle doppelte Lebensführung auch des Partners ist damit allerdings nicht verbunden: „‚In dem Maß, wie sein Beruf das zuläßt' – dies ist die prinzipielle Grenze für das Engagement des Vaters in der Familie." (126)
- Beim Typ „individualisierte Lebensplanung" ist die Entwicklung des Selbst der alleinige Bezugspunkt des Handelns (80). Die gesellschaftliche Arbeitsteilung und die herkömmliche Trennung verschiedener Lebensbereiche werden als einschränkend empfunden (248). Die individuelle Option steht im Vordergrund; Entscheidungen sind stets Ergebnisse eines Aushandlungsprozesses (254-256).

Traditionell, so resümieren Geissler/Oechsle, sei nicht nur die familienzentrierte Lebensplanung, „die die Einhegung der Frau in der Familie aufrechterhalten will. Traditionell ist auch die berufszentrierte Lebensplanung, in der die private Rückbindung jeglicher Lebensführung geleugnet oder zumindest vernachlässigt wird. Anders als diese beiden Typen, die die geschlechtsspezifischen Normalbiografien rekonstruieren, reflektieren die modernisiert familienzentrierte, die doppelte und

die individualisierte Lebensplanung, dass in jedem Lebenslauf erwerbsbezogene und reproduktionsbezogene Elemente gegeben sind und durch das Handeln der Subjekte vermittelt werden. Die mehr oder weniger komplizierten Lebensläufe, die in diesen Typen entworfen werden, drücken den aktuellen gesellschaftlichen Umbruch aus“ (273).

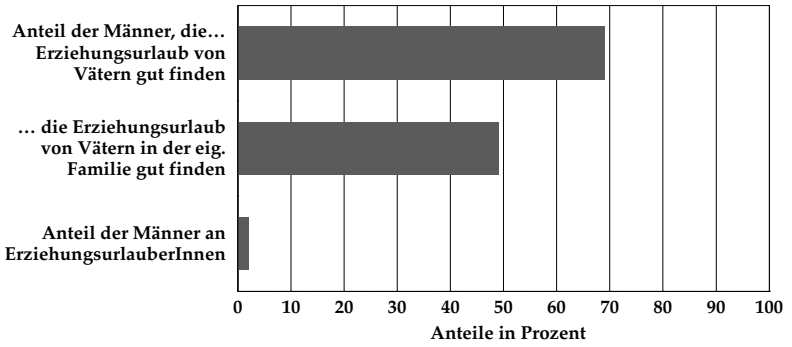
Die quantitative Bedeutung der unterschiedlichen Lebensplanungstypen ist bislang nicht empirisch belegt (Geissler/Oechsle weisen lediglich beim berufszentrierten und beim individualisierten Typ darauf hin, dass es sich jeweils um eine kleine Gruppe des Samples handele; 217, 235). Die „Krise der familienzentrierten Lebensführung“ (15) zeigt sich weniger in der Querschnitt-, sondern vor allem in der Längsschnittanalyse. Denn entgegen wissenschaftlicher Modellbildung und landläufiger Meinung ist die faktische „Variabilität familialer Lebensformen nur geringfügig angestiegen“ (Seidenspinner u.a. 1996: 94); die „herkömmliche Zwei-Eltern-Familie“ mache immer noch den Löwenanteil aller Familien aus. Ernst macht die „spezifische Konfliktträchtigkeit partiell modernisierter und traditionalisierter Ehe- und Familienstrukturen“ vor allem an der Vielfalt psychologischer Ratgeberliteratur, der Verbreitung von Gewalt in der Ehe und an hohen Scheidungszahlen fest (Ernst 1996: 177; zu den weiterhin steigenden Scheidungs- und rückläufigen Eheschließungszahlen vgl. Spiegel special 1998: 18; Ehescheidungen 1997, Geburten 1998). Ehen scheitern zudem eher früher als in den vergangenen Jahrzehnten: Nicht „im ‚verflixten siebten Jahr'“, sondern bereits nach fünf bis sechs Jahren sei beim Löwenanteil der Scheidungswilligen Schluss (Bevölkerungsstatistik 1997).

Hohe Wiederverheiratungsquoten, so Böllert, sprächen für die fortdauernde Akzeptanz der Kleinfamilie, „die nochmals höhere Scheidungsrate von Zweitehen belegt aber ebenso deren fortgeschrittene Ausdifferenzierung“ (Böllert 1993a: 8). Nichteheliche Lebensgemeinschaften sind zwar auf dem Vormarsch, machen aber gegenüber verheirateten Paaren immer noch nur eine ‚Randgruppe‘ aus – in Nordrhein-Westfalen, so die neuesten Berechnungen der StatistikerInnen, leben 364.000 Paare ohne Trauschein zusammen, 4,5 Millionen Paare haben dagegen einen (‚Wilde Ehe‘ 1998). ‚Erfolgreicher‘ als das Original sei diese Variante aber nicht, resümieren Spiegel-Autorinnen bzw. -Autoren: Beziehungen unverheiratet zusammenlebender oder gar getrennt lebender Paare seien „eher noch brüchiger“ (Spiegel special 1998: 19).

Dass es sich bei der geschilderten Vielfalt von Lebensentwürfen zumindest derzeit noch vorrangig um Gedankenspiele handelt, zeigt sich beim Blick auf die Zuständigkeit für Kinder und Erziehung: Um Kinder im Schulalter sollen sich, so meinen Männer und Frauen gleichermaßen, beide Elternteile gleich stark küm-

mern (Gleichberechtigung 1996: 20); bei kleineren Kindern hält immerhin jeder fünfte Mann die Mutter für die Hauptzuständige (bei den Frauen ist es etwa jede Achte). Eine Betreuung von Kleinkindern außerhalb der Familie ist eher verpönt: Zwei Drittel der Befragten glauben, das schade der Entwicklung des Kindes (Gleichberechtigung 1996: 25; zu den Betreuungswünschen von Eltern mit Kleinstkindern vgl. auch Reyer 1993). Eine längere Berufspause oder Erziehungsurlaub ist entsprechend das Mittel der Wahl (wobei Frauen sich eher für Erziehungsurlaub entscheiden würden, Männer eine Berufspause der Frau jedoch für geeigneter halten; 46). Gerade am Thema Erziehungsurlaub lässt sich die eingeübte „Rhetorik der Gleichheit“ (Beck 1990: 24) treffend nachzeichnen (vgl. Abb. 2): Erziehungsurlaub für Väter finden sieben von zehn – männlichen und weiblichen – Befragten ganz allgemein eine gute Sache; wenn in der eigenen Familie der Vater Erziehungsurlaub nimmt, findet das nur noch die Hälfte gut. Geschlechtsspezifische Unterschiede sind in diesen Fragen kaum zu erkennen (Gleichberechtigung 1996: 48-51). Vom Gutfinden zum Urlaubnehmen scheint es allerdings ein unendlich weiter Weg zu sein: De facto ist nur jeder fünfzigste Erziehungsurlauber ein Mann (Spezies Erziehungsurlauber 1997) – Beck beschreibt derartige Phänomene als „verbale Aufgeschlossenheit bei weitgehender Verhaltensstarre“ (Beck 1986: 169). In den skandinavischen Ländern – in Sachen Gleichberechtigung oft als Gelobtes Land apostrophiert – sieht das nicht anders aus: „Trotz flexibler und großzügiger Regelungen zum Elternurlaub in Dänemark und Schweden machen nur wenige Väter von den neuen Möglichkeiten Gebrauch.“ (Die Väter zieren sich 1999)

Väter und Erziehungsurlaub **Abb. 2**

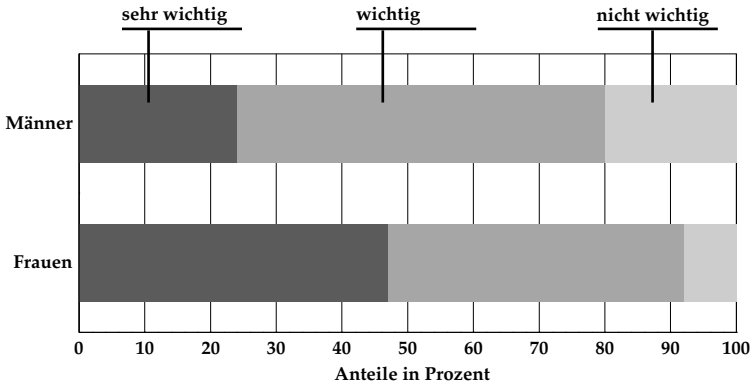


Diskrepanz von Einstellung und Verhalten beim Thema Erziehungsurlaub von Vätern. Den Ergebnissen einer Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ist der tatsächliche Anteil von Erziehungsurlaubern gegenübergestellt. Dargestellt sind nur die Antworten der 749 befragten Männer. Quellen: Gleichberechtigung 1996: 48-51; Spezies Erziehungsurlauber 1997. Lesebeispiel: 69 Prozent der befragten Männer finden es gut, wenn Väter Erziehungsurlaub nehmen.

Auch der gesetzliche Anspruch auf Freistellung zur Pflege kranker Kinder wird von Männern kaum wahrgenommen, die Pflege von Familienangehörigen – auch wenn es sich um Angehörige des Mannes handelt – bleibt Frauensache (Pinl 1994a: 42-43). Und das, obwohl sieben von zehn Befragten beteuern, es gut zu finden, wenn beide gemeinsam die Pflege kranker Angehöriger übernehmen (Der partnerschaftliche Mann 1993: 15). Sollen also Frauen doch „zu Hause bleiben und sich um Kinder und Küche kümmern“? Nach einer Umfrage des Statistischen Bundesamtes – von der allerdings die genaue Fragestellung und auch die generelle Ziel-

setzung nicht bekannt sind – würde im Westen etwa die Hälfte der Bevölkerung das befürworten (‚Frauen ins Haus' 1997; es handelt sich um eine dpa-Meldung, eine entsprechende Pressemitteilung ist im Internet-Archiv des Statistischen Bundesamtes nicht verfügbar).

Sollen Frauen auf eigenen Füßen stehen? **Abb. 3**



Wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach, dass eine Frau, auch wenn sie verheiratet ist, wirtschaftlich auf eigenen Füßen steht? Befragt wurden 749 Männer und 762 Frauen im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. In der Grafik wurden die Antwortvorgaben „nicht so wichtig" und „völlig unwichtig" zusamengefasst. Quelle: Gleichberechtigung 1996: 34. Lesebeispiel: Für 80 Prozent der Männer ist es wichtig, dass eine Frau, auch wenn sie verheiratet ist, wirtschaftlich auf eigenen Füßen steht.

Geissler/Oechsle halten dem entgegen: „Die häufig geäußerte Befürchtung, in der Arbeitsmarktkrise würden die Frauen ‚zurück an den Herd geschickt', ist gegenstandslos; dafür gibt es weder die notwendigen sozialen Strukturen noch akzeptiert die jüngere Frauengeneration die Lebensform der dauerhaft abhängigen Hausfrau." (1996: 269) Bevölkerungsumfragen bestätigen das: Immerhin fast die Hälfte aller Frauen findet die wirtschaftliche Unabhängigkeit auch verheirateter Frauen „sehr wichtig", nur ein Viertel der Männer sieht das genauso; umgekehrt findet jeder fünfte Mann, aber nur jede zehnte Frau es „nicht so wichtig" oder gar „völlig unwichtig", dass eine Frau finanziell auf eigenen Füßen steht (Gleichberechtigung 1996: 34; vgl. Abb. 3).

In Allensbach wird konstatiert, Berufstätigkeit bedeute Frauen „heute mehr als nur notwendigen Gelderwerb, nicht nur zusätzliche Last, sondern eine Quelle von Freude, die auch ihre Partnerschaft bereichern dürfte." (Der partnerschaftliche Mann 1993: 63)

Die Freude dürfte allerdings durchaus begrenzt sein: Im internationalen Vergleich der industrialisierten Staaten ist die Bundesrepublik – zusammen mit den Niederlanden und Japan – das Schlusslicht in Sachen Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt (Ostner 1993: 99). Noch immer arbeiten überdurchschnittlich viele Frauen in ‚Sackgassen'-Berufen – diese Berufe „bieten wenig Weiterqualifizierungs- und Aufstiegsmöglichkeiten und werden außerdem in der Regel schlechter bezahlt" (Seidenspinner u.a. 1996: 58; zur „Krise" traditioneller Frauenberufe vgl. Rabe-Kleberg 1993: 137). Frauen nutzen die Vielfalt möglicher Ausbildungsberufe auch weit weniger aus als Männer: Mehr als die Hälfte aller weiblichen Auszubildenden sind in nur zehn von insgesamt 438 Ausbildungsberufen zu finden (Sei-

denspinner u.a. 1996: 44). Auch der Trend zur Ausbildung in technischen Berufen ist rückläufig (Seidenspinner u.a. 1996: 84).

Zwar steigt in den alten Bundesländern die Erwerbsquote vor allem der mittleren Jahrgänge bzw. der verheirateten Frauen, wobei die Zahl der erwerbstätigen Frauen in Nordrhein-Westfalen unter dem durchschnittlichen Niveau liegt (Notz 1995: 208). Die Erwerbsquote jüngerer Frauen sinkt jedoch – was den Trend zu einer qualifizierteren und dementsprechend längeren schulischen Ausbildung belegt (Seidenspinner u.a. 1996: 50). Frauen scheinen – was in die oben geschilderten Lebensplanungen hineinpasst – auf Teilzeitarbeit gepolt: Zwei Drittel aller Frauen, aber nur ein Drittel aller Männer wollen nach eigenen Angaben teilzeitarbeiten (Gleichberechtigung 1996: 42). Faktisch sind es zwar auch fast ausschließlich Frauen, die auf Teilzeitstellen sitzen, allerdings scheint der Wunsch nach Flexibilität noch nicht gedeckt (Seidenspinner u.a. 1996: 51).

Auch von der ‚Teilzeitfrage' abgesehen, ist die Mehrheit der Frauen der Meinung, die Berufstätigkeit von Frauen werde nicht ausreichend gefördert (71 Prozent der Frauen, 54 Prozent der Männer; Gleichberechtigung 1996: 37); auch für den Wiedereinstieg von Frauen in den Beruf werde zu wenig getan, hier ist der Konsens zwischen Männern und Frauen größer.

„Zahlreiche Untersuchungen belegen immer wieder, dass Frauen auch bei kontinuierlicher Berufsausübung und zunehmendem Alter hinsichtlich der Merkmale Einkommensniveau, Weiterbildungsmöglichkeiten und Aufstiegschancen stark benachteiligt sind." (vgl. statt vieler Seidenspinner u.a. 1996: 53:) Diese faktische Ungleichheit im Job wird auch subjektiv durchaus wahrgenommen: „Nach Auffassung eines großen Teils der Bevölkerung sind die beruflichen Voraussetzungen für Frauen nach wie vor sehr viel schwieriger als für Männer." (Gleichberechtigung 1996: 53) Acht von zehn Frauen meinen, sie müssen mehr leisten als ihre Kollegen, um in die gleiche berufliche Position zu gelangen; immerhin sechs von zehn Männern teilen diese Ansicht (Gleichberechtigung 1996: 63).

Unerwünschter Nebeneffekt der fortschreitenden Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt: „Der Zugang der Frauen zu Ausbildung und Beruf erscheint als ihre Integration in ‚Arbeit überhaupt'; die Familienarbeit wird mehr denn je zur vernachlässigbaren Größe, die ‚nebenher' gemacht werden kann." (Geissler/ Oechsle 1996: 22)

Das ist allerdings nicht so: Der Haushaltstyp B der amtlichen Statistik – erwerbstätiger Mann, nichterwerbstätige Frau plus Kinder unter 18 Jahren – weist für Männer eine tägliche Arbeitsbelastung von 9:53 Stunden aus, für Frauen von 9:45 Stunden (bei mindestens drei Kindern; ref. nach Pinl 1994a: 11; vgl. auch Hausarbeit

1995). Eine nahezu vernachlässigbare Größe ist dagegen die tägliche Viertelstunde Hausarbeit, mit der der durchschnittliche Familienvater „belastet“ sei: „Eine ‚Internationale der Ehemänner‘, die sich weigern, zu Hause anzupacken, entdeckte die Soziologin Helge Pross Mitte der 70er Jahre. 20 Jahre später hat der Männerbund der Arbeitsverweigerer kaum Mitglieder eingebüßt“ formuliert die Soziologin Pinl polemisch (1994a: 16). Auch Männer, die sich in Sachen Haushalt „zuvor noch kooperativ gezeigt hätten“, zögen sich mehr und mehr zurück, heißt es in einer anderen Studie (Hausarbeit 1997).

Zumindest verbal ist die Bereitschaft, zu Einkaufstüte und Wischeimer zu greifen, aber vorhanden: Fünf von sechs Männern und Frauen finden es gut, Einkäufe und Hausarbeit gemeinsam zu planen (Der partnerschaftliche Mann 1993: 15) – aber bei der gemeinsamen Planung scheint es dann auch zu bleiben.

Einkaufen ist das Arbeitsfeld, auf dem sich Männer noch am häufigsten tummeln: In ‚nur‘ knapp der Hälfte aller gemeinsamen Haushalte frönen die Frauen ihrer angeblichen Lieblingsbeschäftigung allein, in einem Drittel erledigen das beide gemeinsam – und in jedem sechsten Haushalt geht der Mann einkaufen (Gleichberechtigung 1996: 12; auch die folgenden Zahlen zur Arbeitsverteilung im Haushalt stammen aus dieser Untersuchung; geringfügig andere Akzente setzen die Ergebnise einer Forsa-Umfrage von 1994, vgl. Pinl 1994b). Die ‚Schallmauer‘, die zu durchbrechen nur den wenigsten Männern gelingt, ist laut Pinl der Umgang mit Textilien – besonders wenn sie nass sind: Waschen und Putzen ist weitestgehend Frauensache, in immerhin etwa jedem sechsten Haushalt wird auch mal gemeinsam geputzt. Aber selbst, wenn Hausmänner am Werk sind, bleibe das „‚Wäschemonopol‘ der Frauen … unangetastet“ (Pinl 1994a: 66; Pinl bezieht sich hier auf die Befunde von Strümpel, Burkhard u.a. (1988); vgl. neuerdings auch Koppetsch/Burkart 1999: 212).

Auffällig ist auch, dass Männer grundsätzlich häufiger als Frauen der Meinung sind, Hausarbeit würde gemeinsam erledigt oder sie seien für einzelne Bereiche gar allein zuständig – hier zeigt sich der begrenzte Wert der Methode besonders deutlich: Entweder überschätzen die Männer ihre Mithilfe, oder die Frauen sind gar nicht bereit, die Verantwortung für den Feudel aus der Hand zu geben. Laut einer dpa-Meldung würden beispielsweise nur jeweils zwei Prozent von 2.671 im Auftrag einer Frauenzeitschrift befragten Frauen den Männern das Bügeln oder die Kindererziehung überlassen; Männer sollten lieber Autos waschen oder Behördengänge erledigen, meinten die Frauen (Männer im Haushalt 1998). Die Autorinnen und Autoren veranlasst die beobachtete Diskrepanz jedenfalls zu dem Fazit: „Eine Veränderung der Rollenverteilung bei der Hausarbeit findet … auch bei den jüngsten Befragten nur nach Einschätzung der Männer statt.“ (Gleichberech-

tigung 1996: 14) Derselbe Inhalt anders formuliert aus Allensbach: „Die faktische Beteiligung der Männer an der Haushaltsführung bleibt noch vielfach hinter der von ihnen erklärten Beteiligungsbereitschaft zurück." (Der partnerschaftliche Mann 1993: 37) Auch dieses Phänomen scheint grenzübergreifend zu existieren; Faludi beschreibt für die USA: „Auch zu Hause, wo immer noch 70 Prozent der Haushaltspflichten auf ihren Schultern lasten, kommen Frauen keineswegs in den Genuß der Gleichberechtigung – und die einzige entscheidende Veränderung der letzten 15 Jahre besteht darin, dass Mittelschichtmänner jetzt glauben, sie arbeiteten mehr im Haushalt mit." (1993: 27) Mehr als ein Drittel der Frauen gab denn auch bei einer emnid-Umfrage zu Protokoll, sie wünschten sich von ihrem Partner mehr Mithilfe im Haushalt; immerhin noch ein Sechstel der Männer wünscht sich dasselbe von ihrer Partnerin (Spiegel special 1998: 21).

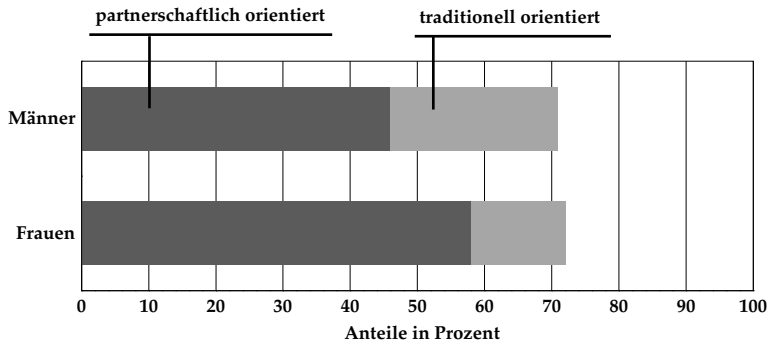
Eher fragwürdig scheint vor diesem Hintergrund die – empirisch nicht belegte – Schlussfolgerung von Böhnisch/Winter, „dass Männer subjektiv gerne ein anderes Verhältnis zur Erwerbsarbeit über die Teilnahme an der Hausarbeit haben *möchten*" (1993: 154; Hervorhebung von mir, PW) – das Bedürfnis, dass die Soziologen hier unterstellen, scheint noch nicht besonders dringend. Und der Blick auf den Nachwuchs zeigt, dass rasante Veränderungen kaum zu erwarten sind: Jungen helfen deutlich weniger im Haushalt mit als Mädchen (Pinl 1994a: 95).

Der Prozess der Verwirklichung von Gleichberechtigung ist vor dem Hintergrund der eben umrissenen Determinanten ein „Nullsummenspiel" (vgl. Lautmann 1990: 12): Statusgewinne, die Frauen erzielen können, gehen stets auf Kosten der Männer. Die Bereitschaft der Männer, dieses Spiel mitzuspielen, ist verbal vorhanden: Beispielsweise glauben 56 Prozent der westdeutschen Männer, für Gleichberechtigung sei bislang zu wenig getan worden, 67 Prozent der Frauen sehen hier noch Nachholbedarf (Gleichberechtigung 1996: 71; zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die Untersuchung Der partnerschaftliche Mann 1993: 10). Geht es jedoch ans „‚Eingemachte', an die Vormachtstellung des Mannes" (Der partnerschaftliche Mann 1993: 16), so zeigt sich, wie es um die Gleichberechtigung bestellt ist: dass der Mann bei der Karriere zurücksteckt, damit auch die Frau arbeiten kann, in eine andere Stadt zu ziehen, weil sie dort eine bessere Arbeitsstelle haben kann oder gar ihren Namen anzunehmen – das finden deutsche Männer dann wieder nicht so gut (auch bei den Frauen sinken hier die Zustimmungswerte).

Jüngere Männer äußern sich immerhin „durchweg partnerschaftlicher". Insgesamt ordnen die Autorinnen und Autoren 46 Prozent der Männer und 58 Prozent der Frauen als stark oder überwiegend partnerschaftlich orientiert ein; stark oder überwiegend traditionell orientiert sind 25 Prozent der Männer sowie 14 Prozent der

Frauen (Der partnerschaftliche Mann 1993: 32; vgl. Abb. 4).

PartnerInnen oder nicht? **Abb. 4**



Partnerschaftliche versus traditionelle Orientierung bei Männern und Frauen, die mit PartnerInnen zusammenleben bzw. verheiratet sind. Das Institut für Demoskopie Allensbach befragte im Auftrag des Bundesministeriums für Frauen und Jugend 264 Männer und 245 Frauen. Die Zuordnungen „überwiegend" und „stark … orientiert" wurden zusammengefasst. An 100 fehlende Prozent = Befragte wurden als „mittel, teils, teils" eingestuft. Quelle: Der partnerschaftliche Mann 1993: 32. Lesebeispiel: 46 Prozent der Männer sind partnerschaftlich orientiert.

Behnke hat untersucht, was hinter derlei Zahlen steckt, und das Geschlechterverhältnis aus männlicher Sicht unter die Lupe genommen. Der Blick auf die Geschlechterordnung und den Stand der Gleichberechtigung ist – so das zunächst wenig überraschende Ergebnis – stark milieuabhängig (1997: 9). Sie untersucht zwei „Mittelschicht-Fraktionen", die einen eher „intellektuell/linksliberal" („männerbewegtes Milieu"), die anderen eher „leistungsorientiert". Gemeinsam ist diesen beiden Gruppen „das Erleben einer fundamentalen Fremdheit von Mann und Frau" (45): „Im Alltag erleben die Männer ihre Partnerinnen nicht vorrangig als Vertraute, sondern vielmehr als Repräsentantinnen einer anderen Welt." (94) Große Unterschiede lassen sich bei der Einstellung gegenüber Feminismus und Gleichstellungspolitik erkennen: Die Spanne der Reaktionen reicht hier vom ‚schlechten Gewissen' der ‚bewegten' Männer über den Gleichmut derer, die einem gemäßigten Modell komplementärer Geschlechtscharaktere anhängen, bis zur nahezu verbissenen Ablehnung derer, die erwerbstätige Frauen als ‚Gräuel' empfinden (92-94). Im (jungen) Arbeitermilieu dominiert dagegen der pragmatisch-funktionale Blick auf das Verhältnis von Mann und Frau (123): Es wird beispielsweise beim Thema Berufstätigkeit „weniger männliche Ordnung vs. weibliche Ordnung als vielmehr praktische vs. unpraktische Ordnung" betont (119).

Etwas andere Akzente setzen Böhnisch/Winter mit ihren Typen (die allerdings nicht empirisch begründet, sondern theoretisch abgeleitet sind; 1993: 127-128): Sie erkennen den „restriktiven Typus", der seine Flucht in strikte alte Rollenbilder sucht. Tendenziell in der Mittelschicht verorten sie einen Typus, der „kreativ und gestaltend neue Rollenbilder zu entwickeln" versucht. Die „meisten" rechnen sie dem dritten Typus zu, der sich „durchmogelt" und zwischen alten und neuen Rollenbildern hin- und herpendelt.

Norbert Elias bringt diese Typen in seinem Drei-Generationen-Modell der Entwicklung der Geschlechterbeziehungen auch in eine zeitliche Reihenfolge: In der ersten Generation sei bei Männern wie Frauen das traditionelle „Ich-und-du-Ideal"

von männlicher Dominanz und weiblicher Unterordnung voll ausgeprägt. In der zweiten Generation, so Elias' Prognose, klinge das Bild der Dominanz des Mannes in den Frauen allmählich ab. Erst in der dritten Generation bestehe – bei einem gefestigten egalitären Selbstbild – die Chance, einen Partner auf Basis der Gleichheit zu finden. (van Stolk/Wouters 1987: 15-16)

Der Stand des Gleichstellungsprozesses lässt sich – so mein Fazit aus den vorangegangenen Überlegungen – anhand von vier zentralen Koordinaten umreißen. Diese Koordinaten sind

- die Teilhabe von Frauen an Bildung und Beruf,
- die Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern,
- die Ausgestaltung privater Rollen durch Männer und Frauen und
- Einstellungen von Männrn und Frauen zum Stand der Gleichstellung in Deutschland.

Diese Aspekte sollen auch in der empirischen Programmanalyse eine Rolle spielen.

1.3 Was die Programme leisten müssen: Rechtliche Einordnung der Programmnorm in § 12 Abs. 2 LRG bzw. § 5 Abs. 3 WDR-Gesetz

Dass wir – gesamtgesellschaftlich betrachtet – noch nicht in der von Gleichheit dominierten dritten Phase des Elias'schen Modells leben, haben auch die GesetzgeberInnen so gesehen, und haben deswegen in zahlreichen Mediengesetzen verankert, dass die Rundfunkanbieter den Gleichstellungsprozess begleiten sollen.

In der deutschen Mediengesetzgebung am weitesten verbreitet ist die Formulierung, die für den WDR seit 1985, für die in Nordrhein-Westfalen lizensierten privaten Rundfunkprogramme seit 1987 (bis 1998) galt: Die Programme haben einen Beitrag zu leisten zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern. Dieser Auftrag findet sich in zwei weiteren Gesetzen für öffentlich-rechtliche Anstalten und in sieben Privatfunkgesetzen. Vier öffentlich-rechtliche Anstalten haben nur leicht abweichende Forderungen im Gesetz stehen. Mit etwas ‚schwächeren' Formulierungen, die eine rein passive Wirkungsrichtung haben, warten zwei Bundesländer in ihrer Privatfunkgesetzgebung auf. Das Rundfunkgesetz Schleswig-Holsteins verweist auf allgemeine Gesetze zur Gleichstellung; der Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg beruft sich lediglich unspezifisch auf das Ziel eines diskriminierungsfreien Miteinanders. Von zehn öffentlich-rechtlichen Anstalten haben drei keinen vergleichbaren Auftrag; ebenfalls drei der fünfzehn Gesetze, die die Veranstaltung von privatem Rundfunk regeln, verzichten auf eine entsprechende Formulierung. (vgl. Übersicht im Anhang; siehe auch Cornelißen/Gebel 1999: 12-13, Stock 1993: 70-71).

Damit stellt sich eine zentrale Frage dieser Arbeit: Was heißt ‚einen Beitrag leisten zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen'? Welche Reichweite hat die Programmnorm in § 12 Abs. 2 LRG bzw. § 5 Abs. 3 WDR-Gesetz? Welche Mindest-Standards müssen die Programme erfüllen, um nicht gegen den Grundsatz zu verstoßen? Die rechtliche Einordnung soll hier nur in aller Kürze geschehen (eine ausführliche Bewertung der Norm unter verfassungsrechtlichen Aspekten von Lars Rinsdorf findet sich in Werner/Rinsdorf 1998: 21-35; ich folge dieser Argumentation).

Interpretiert man zunächst den Wortsinn der Formulierung, so lässt sie sich in zwei Komponenten zerlegen – eine passive und eine aktive. Kern der passiven Komponente ist die ‚Achtung' der Gleichberechtigung. Entsprechend ist der Programmgrundsatz passiv bereits dadurch zu erfüllen, dass beispielsweise Frauen in der Berichterstattung nicht systematisch diskriminiert werden und dass keine Sexismen

über den Äther geschickt werden. Die aktive Komponente des Programmgrundsatzes lässt sich mit ‚Förderung' der Gleichberechtigung übersetzen. Einen aktiven Beitrag zur Verwirklichung der Gleichberechtigung könnten die Programme beispielsweise durch eine gezielte Auswahl von Themen, AkteurInnen und Argumenten leisten (vgl. genauer Kap. 1.4). Der Kontext der Formulierung legt nahe, dass der untersuchte Programmgrundsatz auch diese aktive Komponente enthält (vgl. hierzu auch die Argumentation in Kap. 6). Denn von der Verpflichtung zur Wahrheit abgesehen, sind in den jeweiligen Gesetzesabschnitten des LRG bzw. des WDR-Gesetzes nur eindeutige Handlungsaufträge untergebracht: Die Programme sollen die internationale Verständigung fördern, zur Gerechtigkeit mahnen und die demokratischen Freiheiten verteidigen. Diese inhaltlichen Ansprüche an die Programme können mit der generellen Rundfunkfreiheit in Konflikt geraten.

Hat die Programmfreiheit also dann ihre Grenzen, wenn es um Gleichstellung geht? Der Programmgrundsatz ist weder Teil der ‚positiven Rundfunkordnung' (Laschet 1994: 88; vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 29) noch kann er als Schranke im Sinne eines ‚allgemeinen Gesetzes' interpretiert werden (Werner/Rinsdorf 1998: 30-31). Vielmehr kann der Programmgrundsatz in seiner passiven Wirkungsrichtung als ‚immanente Schranke' der Rundfunkfreiheit interpretiert werden (Werner/Rinsdorf 1998: 31-34): Der Gesetzgeber bzw. die Aufsicht führenden Gremien können also von Rundfunksendern tatsächlich verlangen, dass sie Beiträge, die ein Geschlecht offensichtlich diskriminieren, nicht ausstrahlen, ohne auf diese Art und Weise die Meinungsfreiheit der Veranstalter zu verletzen. Sexistische Formulierungen müssen also nicht hingenommen werden. Wenn es dabei um Äußerungen Dritter geht – also beispielsweise von InterviewpartnerInnen –, dann wird die Toleranzgrenze allerdings etwas weiter zu stecken sein.

Konkrete Handlungsaufträge an die Programmverantwortlichen, über was in welchem Umfang berichtet werden müsse, und wer dabei zu Wort kommen solle, sind jedoch aus dem gleichstellungsspezifischen Programmgrundsatz nicht abzuleiten. In seiner aktiven Wirkungsrichtung ist der Programmgrundsatz „zurückhaltend zu interpretieren", um seine Verfassungskonformität zu wahren, argumentieren Pätzold u.a unter Verweis auf Bosman (1989: 159; nach Pätzold u.a. 1997: 20; vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 32). Auch Stock interpretiert den Programmgrundsatz als Zielvorgabe, bei deren Umsetzung die relative publizistische Autonomie gewahrt bleiben müsse: Er plädiert dafür, nicht „ein irgendwie geschöntes, absichtsvoll manipuliertes ‚positives Bild' der Geschlechter" in den Programmen einzufordern. Aber es müsse „die ganze Wirklichkeit – einschließlich ihrer Möglichkeitsdimensionen –" vermittelt werden (Stock 1993: 73-74).

Ein Indiz dafür, dass diese aktive Komponente der Programmnorm von den GesetzgeberInnen durchaus mitgedacht wurde, ist die Neufassung der Programmnorm für den privaten Rundfunk im LRG sowie – gleich lautend – auch im WDR-Gesetz: Mittlerweile verlangt das Gesetz von den JournalistInnen nicht mehr abstrakt einen wie auch immer gearteten „Beitrag zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen“, sondern dass sie „die tatsächliche Gleichstellung von Frauen und Männern fördern“ (LRG § 12 Abs. 2 in der Neufassung vom 9. November 1997). An anderer Stelle im LRG wird die Forderung noch viel konkreter: Die Sender sollen „die Lebenswirklichkeit und die Sichtweisen von Frauen angemessen berücksichtigen“ (LRG § 24 Abs. 1). So wurde darauf reagiert, dass die Forderungen an die ProgrammveranstalterInnen auf Basis der alten Formulierung nur äußerst mager ausfallen konnten. Damit enthalten die nordrhein-westfälischen Gesetze – insbesondere das LRG – die weitestgehenden und konkretesten Forderungen an die Programm-MacherInnen.

Grundlage für die Bewertung der empirischen Daten ist die alte Formulierung, da sie zum Zeitpunkt der Datenerhebung gültig war. Wie die Daten auf Basis der neu formulierten Norm zu bewerten sind, wird erst gegen Ende der Arbeit diskutiert (vgl. Kap. 6).

Mit diesen Überlegungen ist der Rahmen für diese Arbeit aus medienrechtlicher Sicht bereits gesetzt. Denn die Frage, ob die untersuchten Programme die Programmnorm in juristischem Sinn erfüllen oder nicht, steht nicht im Zentrum dieser Arbeit, sondern dient lediglich der Einordnung der Ergebnisse. Vielmehr geht es um die Frage, ob und wie die untersuchten Sender die Programmnorm als rundfunkpolitisches Leitbild ausgestalten.

1.4 Was die Programme leisten könnten: Zum Stand der medienwissenschaftlichen Forschung

Ob und wie ein Radioprogramm zur Verwirklichung von Gleichberechtigung beiträgt, lässt sich nur anhand konkreter Kriterien prüfen. In der medienwissenschaftlichen empirischen Forschung und Theoriebildung gibt es zahlreiche Hinweise darauf, wie Medien für oder gegen Gleichberechtigung wirken oder wirken könnten. Diese Hinweise habe ich in den folgenden Abschnitten zusammengetragen und ‚sortiert'*. Hier sind zum einen gleichstellungsrelevante Programmanforderungen gebündelt, die im Kontext anderer Untersuchungen entwickelt wurden; zum anderen habe ich die Defizitbeschreibungen geschlechtsspezifischer Medienforschung ausgewertet. Speziell für den Hörfunk – insbesondere den Lokalfunk – sind die Ergebnisse der Frauen- und Geschlechterforschung in der Journalistik und Kommunikationswissenschaft dünn. Was an Untersuchungen bereits vorliegt, beschäftigt sich entweder nur mit sehr eng gefassten Fragestellungen (zum Beispiel Prenner 1995) oder ausschließlich mit rein frauenspezifischen Sendungen (zum Beispiel Gesierich 1993) – oder aber ist in der Definition von Frauenbildern und -klischees überholt (vgl. die Küchenhoff-Studie von 1975). Die Untersuchung von oder der Vergleich mit Männerbildern hat in der Forschung über journalistische Inhalte bislang kaum eine Rolle gespielt. Eine Ausnahme ist die aktuelle Studie von Cornelißen/Gebel (1999) zur Präsentation von Männern und Frauen im niedersächsischen Hörfunk. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werde ich allerdings nicht auf den kommenden Seiten verarbeiten. Denn Cornelißen/Gebel bauen bei ihrer Untersuchung auf die von Lars Rinsdorf und mir geleisteten theoretischen und methodischen Vorarbeiten auf (beispielsweise verwenden sie eine modifizierte Fassung unseres Kategoriensystems). Daher erscheint es mir sinnvoller, die Ergebnisse von Cornelißen/Gebel direkt den empirischen Ergebnissen dieser Arbeit gegenüberzustellen (vgl. Kap. 4).

Der Kriterienkatalog, der als Ergebnis der Literaturauswertung entstanden ist, ist recht rigide auf den Untersuchungsgegenstand Hörfunk zugeschnitten. Beispielsweise die bildliche Darstellung von Frauen – zweifellos ein wichtiges Kapitel bei der Bilanzierung der medialen Repräsentation der Geschlechter – bleibt hier deswegen ebenso außen vor wie die innerbetriebliche Gleichstellung in den Sendern.

* Mit der Frage, wie Medien den gesellschaftlichen Prozess der Gleichstellung begleiten können, beschäftige ich mich seit mehr als zehn Jahren. Erste Überlegungen hierzu sind in Müller-Gerbes/Werner 1993 zusammengefasst; für die in Werner/Rinsdorf 1998 veröffentlichte Untersuchung habe ich die Frage neu bearbeitet (vgl. S. 36-65). Die grundlegende Argumentation habe ich in der vorliegenden Arbeit beibehalten und sie auf den neuesten Stand der empirischen Forschung und wissenschaftlichen Theoriebildung gebracht.

Denn es geht ja nicht um die Sender, sondern um das Programm, das sie ausstrahlen. Innerbetriebliche Gleichstellung spielt in dieser Arbeit nur insofern eine Rolle, als sie sich on air hören lässt: nämlich als ‚stimmliche' Beteiligung von Frauen bzw. Männern an der Programmproduktion. Darüber hinaus dienen die Ergebnisse zur Gleichstellung im Berufsfeld Journalismus lediglich als Interpretationsfolie für die inhaltlichen Kriterien.

Der Kriterienkatalog, auf dessen Basis das Kategorienschema für die Inhaltsanalyse entstanden ist, ist in vier Blöcke gegliedert:

- quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm,
- thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm und
- sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm.

Die vier Bereiche haben sich bei der Literaturanalyse als Kristallisationspunkte der gleichstellungsspezifischen Qualität eines Programms herausgeschält. Im Forschungsprojekt haben wir die Definition dieser Untersuchungsfelder zusätzlich in einer Befragung von 16 Expertinnen validieren lassen (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 226-227; Details zu diesem Untersuchungsschritt vgl. S. 223). Hörfunk-Journalistinnen und Frauen, die sich in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten für die Gleichstellung der Geschlechter engagieren und demzufolge unterschiedliche gleichstellungsspezifische Kompetenzen und Erfahrungswelten repräsentieren, waren also an der Abgrenzung dieser vier Felder beteiligt.

1.4.1 Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Die quantitative Beteiligung von Frauen in den Programmen und an der Programmproduktion ist eine notwendige Bedingung dafür, dass ein Sender zur Verwirklichung der Gleichberechtigung der Geschlechter beitragen kann – allerdings ist die quantitative Beteiligung alles andere als hinreichend. Von einem Patt in den Medien sind wir trotz der massiven Veränderungen in den vergangenen zwei Jahrzehnten weit entfernt:

In den Betrieben der Medienproduktion sind Journalistinnen nach wie vor in der Unterzahl. Das wirkt sich auf zwei Ebenen aus: Zum einen sind Journalistinnen seltener on air zu hören, zum anderen haben sie geringeren Anteil an der Programmproduktion.

Auch bei den Personen, über die berichtet wird, sind Frauen in der Minderheit: Externe Akteurinnen wie Politikerinnen, Funktionärinnen oder Bürgerinnen sind in der aktuellen Berichterstattung nach wie vor Exotinnen.

1.4.1.1 Journalistinnen

Noch Mitte der 80er Jahre titelten Neverla/Kanzleiter ihre Untersuchung „Journalistinnen – Frauen in einem Männerberuf“ (Neverla/Kanzleiter 1984). Dieses Diktum trifft heute sicherlich nicht mehr zu: Das Berufsfeld Journalismus wird zunehmend auch von Frauen besetzt. Die Repräsentativ-Studie „Journalismus in Deutschland“ weist unter Festangestellten und Freien bundesweit einen Frauenanteil von knapp einem Drittel aus (Weischenberg u.a. 1994a: 19); andere Untersuchungen sprechen von einem Viertel unter den Festangestellten (vgl. beispielhaft Schneider u.a. 1993a: 11).

Relevante Kriterien in puncto Gleichstellung im Berufsfeld Journalismus sind neben der Frage, wie viele Frauen an der Programmproduktion beteiligt sind, auch die Fragen, wo sie in den Senderhierarchien stehen und wie ihr Tätigkeitsprofil aussieht.

Wird der Journalistinnen-Anteil nach den verschiedenen Hierarchieebenen aufgeschlüsselt, so zeigt sich: Frauen üben ihren Job meist auf den unteren Sprossen der Karriereleiter aus. „Je höher die Hierarchie, desto weniger Frauen sind vertreten.“ (Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a: 39) Von den Volontariatsplätzen nehmen sie knapp die Hälfte ein, von den Chefsesseln nur noch ein Fünftel (Weischenberg u.a. 1994a: 21). Dieses Ergebnis, stellen die Autoren fest, stehe in krassem Gegensatz zur Qualifikation der Journalistinnen – denn die sind formal im Schnitt besser ausgebildet als ihre Kollegen (Weischenberg u.a. 1994a: 22).

Was Frauen im Journalismus den Weg nach oben blockiert, darüber liefert die empirische Forschung zwar keine konsensfähigen Erkenntnisse, aber eine Reihe von Anhaltspunkten. Zum einen stehen Frauen sich bei ihrem Aufstieg häufig selbst im Weg: Mehrere Studien vermerken bei ihnen übereinstimmend eine schwächere Karrieremotivation (vgl. den Überblick in Fröhlich/ Holtz-Bacha 1995a: 29). Fröhlich/Holtz-Bacha interpretieren die schwächere Karriereorientierung von Frauen vorsichtig teils als „Resignation“, teils als „Vermeiden eines schweren Konkurrenzkampfes“. Denn Journalistinnen glaubten mehrheitlich nicht an Chancengleichheit in ihrem Beruf und seien überzeugt davon, dass ihre Kollegen eher protegiert würden (vgl. Fröhlich/ Holtz-Bacha 1995a: 31). Diese „unsichtbaren, aber wirksamen Barrieren für Frauen“ (Lünenborg 1997: 168) können auch mit dem Konzept „männlicher Homosozialität“ umrissen werden: „jenes enge Zusammenhalten, welches in zahllosen Lebensbereichen das Mitwirken oder schon die Anwesenheit von Frauen“ ausschließt (zu dieser soziologischen Konzeption vgl. Lautmann 1990: 270-271). In der gesellschaftlichen Praxis hebe Homosozialität das Prinzip sozialer Gleichheit aus den Angeln. Wie dieser Mechanismus in der redaktionellen Praxis funktioniert, zeigt sich an einem der zentralen „Konkurrenz-

riten“ (Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a: 32) des Journalismus, der Redaktionskonferenz: „An den meisten Konferenzen nehmen fast nur Männer teil, und die wenigen Frauen, die teilnehmen, melden sich kaum zu Wort.“ (Neverla 1994: 69) Die schwache Präsenz von Frauen bei Konferenzen scheint allerdings eher für größere Organisationen wie den WDR zu gelten; in kleinen Einheiten wie Lokalfunk-Redaktionen nehmen auch nach den Erfahrungen früherer Untersuchungen in der Regel alle Redaktionsmitglieder teil (vgl. Rager/Werner/ Weber 1992: 131-133). Ob sich Konferenzen als Forum für gleichstellungsrelevante Anliegen jedoch eignen, darüber sind die Meinungen durchaus geteilt: Die im Projekt von Werner/Rinsdorf befragten RedakteurInnen und ChefredakteurInnen zogen es teilweise vor, Gleichstellungsthemen informell durchzusetzen – und auf Konferenzen nicht zur Diskussion zu stellen: „Der Chefredakteur ist ein Mann, daher muss man Frauenthemen besonders verargumentieren.“ (Werner/Rinsdorf 1998: 123-124; 127)

Ein einflussreicher Faktor in der Frage geschlechtsspezifischer Hierarchien im Journalismus ist möglicherweise auch das Tätigkeitsprofil: Während Journalistinnen größere Teile ihrer Arbeitszeit mit Recherche und dem Verfassen von Texten zubringen, kümmern sich ihre Kollegen eher um organisatorisch-verwaltende und technische Angelegenheiten (vgl. Weischenberg u.a. 1994a: 28). Die Interpretation der Autoren: „Männern wird im beruflichen Alltag also offenbar mehr Kontrolle über andere zugestanden.“ (Weischenberg u.a. 1994a: 29)

Für das spezielle Tätigkeitsprofil im privaten Rundfunk liegen bislang keine Ergebnisse vor, die geschlechtsspezifische Deutungen zulassen. Allerdings gilt Moderation zumindest im Süden der Republik als Männersache – wer in München einen privaten Sender einschaltet, wird in drei von vier Fällen männliche Moderatorenstimmen hören (Schröter/Wagner 1992: 113). Frauenstimmen gelten teilweise immer noch als ungeeignet für Moderation – allerdings meist, ohne dass dies argumentativ begründet würde. So äußerte beispielsweise einer der im Projekt von Werner/Rinsdorf befragten VG-Vorsitzenden eine deutliche Vorliebe für männliche Moderatoren: „Weil die stimmlich besser über den Sender kommen, glaubwürdiger wirken.“ (Werner/Rinsdorf 1998: 122)

Warum Frauen beim Sprechen ‚emotionaler‘ wirken können, lässt sich mit der unterschiedlichen Ausnutzung des Normalsprechbereichs erklären: „Gewohnheitsmäßig“ verwenden Frauen vier bis fünf Töne, Männer hingegen nur drei – so entstehe bei Männern ein eher „ausdrucksarmes“ Sprechen, das Stereotype von Informativität bzw. Objektivität auslöse (Slembek 1995: 117).

Als Argument gegen das Männermonopol in der Moderation nennt Elisabeth Böhm die vermeintlich höhere ‚Kompatibilität‘ von Moderatorinnen: Zum Zweck der

Hörerbindung und um Wiedererkennbarkeit zu gewährleisten, „müssen Moderatorinnen und Moderatoren ihre persönliche Einmaligkeit mit dem Sender-Logo verbinden. … Frauen sind in dieser Situation kompatibler. Selten wird die Interessendivergenz <zwischen persönlichen Zielen der Moderatorin, publizistischen Zielen der Redaktion und ökonomischen Zielen des Senders; PW> in einer Sendung hörbar oder sichtbar.“ (Böhm 1995: 24) Männer dagegen, so argumentiert Böhm weiter, arbeiteten vor dem Mikro stärker an ihrer Selbstdarstellung – und gerieten dadurch häufiger in Konflikte mit Redaktion oder Sendeanstalt als ihre Kolleginnen. Als Beleg für diese These nennt sie Ergebnisse einer Befragung in fünf öffentlich-rechtlichen und vier Privatsendern: Etwa jede achte Moderatorin, aber jeder zweite Moderator habe sich bereits mit seinen oder ihren Vorgesetzten über Aufgaben und Funktion der Moderation auseinander setzen müssen (Böhm 1995: 24). Möglicherweise sind diese Ergebnisse aber auch nur ein weiterer Beleg für eine größere Konfliktfreudigkeit männlicher Mitarbeiter bzw. für eine stärkere Anpassungsleistung von Frauen an die professionellen Vorgaben.

Wie stark die nordrhein-westfälischen Radio-Journalistinnen on air präsent sind – und damit ihre gewachsene Rolle in der Medienproduktion auch nach außen belegen –, wird in der Programmanalyse geprüft. Auch identifizierbare Moderationsstile (vgl. hierzu bspw. Weiß 1989: 37 oder die Ergebnisse von Schröter/Wagner 1992) mögen geschlechtsspezifisch differieren. Allerdings ist es in der Forschung keinesfalls die Norm, das Geschlecht zu erheben (Schröter 1994 ist hierfür ein Beispiel), so dass derlei Annahmen bislang nicht nachgewiesen werden können.

Ressortzugehörigkeit – auf den ersten Blick ein nach Geschlecht differenzierendes Merkmal (vgl. Weischenberg u.a. 1994a: 6) – spielt im lokalen Hörfunk keine Rolle: Die Redaktionen sind in aller Regel zu klein, um Ressorts auszubilden (vgl. Rager/Werner/Weber 1992). Dieser Indikator wird daher im Einklang mit den Ergebnissen der Expertinnen-Befragung von Werner/Rinsdorf ersetzt durch die Frage nach Geschlechtsspezifika der Themenzuordnung. Die aktuellen Kommunikatorstudien legen übereinstimmend die Prognose nahe, dass Journalistinnen sowohl in der lokalpolitischen als auch in der Wirtschaftsberichterstattung unterrepräsentiert sein werden (vgl. beispielhaft Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a: 39). Ich gehe allerdings zunächst davon aus, dass Frauen nicht in die thematischen „Nischen“ wie Soziales oder Unterhaltung „drängen“: Lünenborg belegt mittels der von Weischenberg u.a. erhobenen Daten, dass die „Verteilung nach Ressorts keineswegs (mehr) in dem Maße geschlechtsspezifisch strukturiert ist, wie es Forschung uns bislang annehmen läßt“ (1995: 5). Signifikante Unterschiede zeigen sich lediglich noch in Sport- wie in Nachrichtenredaktionen und in den hier nicht relevanten Bildredaktionen (Lünenborg 1997: 149). In empirischen Untersuchungen, kritisiert

Klaus, werde „der Geschlechterdualismus mitproduziert, wenn unerwähnt bleibt, dass Journalistinnen ganz überwiegend … in den Kernbereichen des Journalismus tätig sind, also mehrheitlich bei den etablierten Medienbetrieben und in den traditionellen Ressorts arbeiten." (Klaus 1998: 172)

Bei der Forderung nach einer stärkeren Beteiligung von Frauen an der Medienproduktion, wie sie von Wissenschaftlerinnen wie auch von den befragten Expertinnen erhoben wird, schwingt die Annahme mit, durch eine stärkere weibliche Präsenz würde sich der Journalismus quasi von selbst zum Besseren verändern. Allerdings ist es so, „… dass bisherige Forschungsarbeiten zum Zusammenhang von Medieninhalt und Geschlecht der KommunikatorInnen bislang noch kaum Anhaltspunkte für eine ‚frauenfreundlichere', geschweige denn ‚feministische' Berichterstattung zu Tage gefördert haben, wenn Frauen in den Redaktionen sitzen. Es hat sich sogar gezeigt, dass Frauen selbst für sexistische Berichterstattung verantwortlich zeichnen." (Prenner 1995: 86) Auch Klaus konstatiert ernüchtert: „Die Hoffnung, dass allein eine Quotierung oder ein höherer Frauenanteil den Journalismus im Sinne der Frauenbewegung verändern werde, hat heute wohl niemand mehr." (Klaus 1998: 138)

Zwei Erklärungsmuster für dieses Phänomen bietet die Literatur an, von denen das erste eher die passive Rolle, das zweite eher die aktive Rolle von Frauen in diesem Prozess betont:

- „Wenn Frauen es im Journalismus zu etwas bringen wollen, müssen sie sich den männlichen Vorgaben – Normen und Arbeitsweisen – anpassen", formulieren Fröhlich/Holtz-Bacha (1995a: 35) die Spielregeln der „‚rigiden' redaktionellen Sozialisation" (Klaus 1998: 77). Als „männlich" werden diese Vorgaben deswegen bezeichnet, weil „der Journalismus immer noch weitgehend von Männern beherrscht wird und auch die Ausbildung des Nachwuchses zu großen Teilen in der Hand von Männern liegt" (Fröhlich/ Holtz-Bacha 1995a: 34). Das galt zumindest noch für die erste Hälfte der 90er Jahre (vgl. auch Fröhlich/Holtz-Bacha 1995b); aktuellere Zahlen liegen nicht vor. Untersuchungen zum journalistischen Selbstverständnis zeigen entsprechend häufig eher Übereinstimmungen zwischen Frauen und Männern als gravierende Unterschiede (vgl. den Überblick in Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a: 34-36). Die Unterschiede, die sich beobachten lassen, liegen nicht unmittelbar auf der hier relevanten Untersuchungsdimension: Tendenziell scheinen sich Männer eher den Konzepten des informations- bzw. kontrollorientierten Journalismus verschrieben zu haben, wohingegen Frauen sich eher als kommunikations- bzw. publikumsorientiert beschreiben (vgl. Weischenberg u.a. 1994a: 33-36). Wie Männer und Frauen ihren Job dann tatsäch-

lich betreiben bzw. inwieweit sie ihre Idealvorstellungen umsetzen können, steht auf einem anderen Blatt. Empirisch belegte Antworten auf diese Frage liegen nicht vor.

- Während dieses erste Erklärungsmuster den Journalistinnen tendenziell eine passive Rolle zuweist – sie „müssen" sich dem männlichen System Journalismus beugen –, schließe ich mich Lünenborgs Interpretation einer aktiven Beteiligung von Frauen an der Produktion von Geschlechterbildern an: Die Vorstellung, durch mehr Frauen in den Redaktionen würde sich das Blatt wenden, lässt „unberücksichtigt, dass auch Frauen Trägerinnen des vorhandenen Geschlechtersystems sind und somit keineswegs automatistisch zu dessen Veränderung beitragen (wollen)" (Lünenborg 1997: 43).

Unabhängig von der Frage, welche Inhalte aus einer stärkeren Beteiligung von Frauen an der Programmproduktion resultieren würden, wird die hörbare (bzw. sichtbare) Präsenz von Frauen vom Publikum eingefordert: „Eine Verstärkung des Trends zu mehr Moderatorinnen im Non-fiction-Bereich würde von über der Hälfte <der repräsentativ Befragten; PW> begrüßt", stellten Röser / Kroll für das Medium Fernsehen fest (1995: 45).

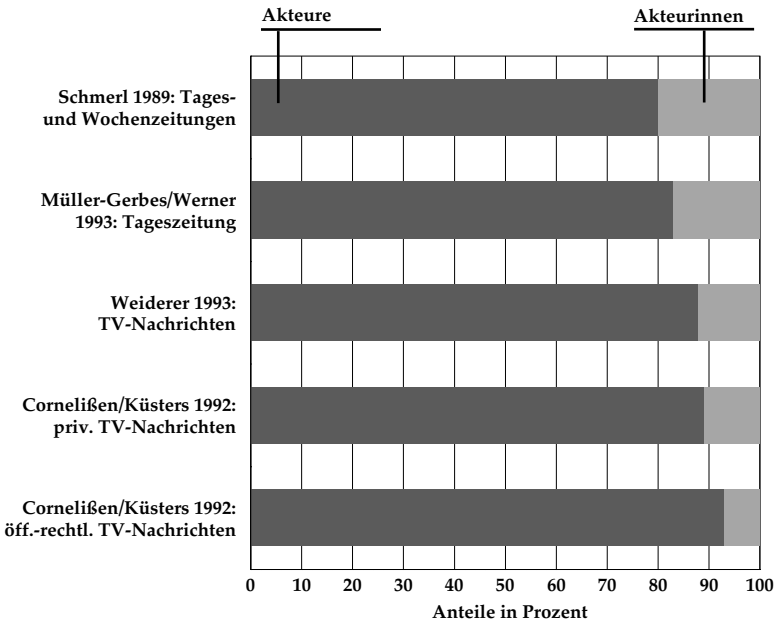
1.4.1.2 Akteurinnen

Allein mit dem Vorkommen von Journalistinnen ist es nicht getan: Ein Programm, das die (aktive und passive) Beteiligung von Frauen an gesellschaftlichen Entwicklungen und Veränderungen ignoriert und sie nicht auch in der Berichterstattung präsentiert, wird sich kaum als „gleichstellungsförderlich" bezeichnen dürfen: „Präsenz von Frauen in non-fiktionalen Medien gibt … Auskunft über ihre Rolle in der Öffentlichkeit, über ihre Kompetenzen und die Wichtigkeit ihrer Funktionen in gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen. Umgekehrt vermittelt ihre Abwesenheit implizit ein Bild von Frauen, die eher privaten Aufgaben zugewandt sind und sich gegenüber Entscheidungen von allgemeiner Wichtigkeit eher passiv empfangend verhalten." (Velte 1995: 220)

Die „Abwesenheit" von Frauen in der Berichterstattung der Medien scheint allerdings eher der Normalfall zu sein – fast alle zugänglichen und halbwegs aktuellen Untersuchungen stützen diese Annahme (vgl. Abb. 5 auf der nächsten Seite; vgl. auch den Überblick in Velte 1995: 225):

- Schmerl (1989) fand in Tages- und Wochenzeitungen im Schnitt etwa viermal so viele Männer wie Frauen – diese Zahlen stammen allerdings von Anfang der 80er Jahre (vgl. auch Wilking 1990).
- Müller-Gerbes/Werner (1993) stießen bei ihrer Zeitungsanalyse Jahre später immer noch auf ähnliche Verteilungen: In ihrer Stichprobe fanden sich fünfmal so viele Männer wie Frauen.
- Weiderer (1993) weist für Fernsehnachrichten ein Verhältnis von Frauen zu Männern von 1:7,3 bei den Hauptpersonen der Berichterstattung aus.
- Cornelißen/Küsters (1992) zählen 7 Prozent Akteurinnen in öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen, 11 Prozent bei den Privaten.

Anteil von AkteurInnen in verschiedenen Studien **Abb. 5**



Wieviele Akteurinnen und Akteure kommen in der Berichterstattung vor? Die Grafik zeigt die Ergebnisse verschiedener Untersuchungen im Überblick. Lesebeispiel: In einer Untersuchung von Tages- und Wochenzeitungen von Schmerl sind 80 Prozent der AkteurInnen männlich.

Für die Radioberichterstattung liegen derzeit keine verlässlichen, aktuellen und übertragbaren Daten vor. Prenner beispielsweise untersuchte Sendungen des österreichischen Radio Burgenland und stieß dabei auf etwa 8 Prozent Akteurinnen (Prenner 1995: 162) – dieses (magere) Ergebnis kann aber unter Umständen von der spezifischen Untersuchungssituation beeinflusst sein: Prenner analysierte die Berichterstattung vor und nach einer Landtagswahl 1987, bei der keine Politikerin einen Sitz erringen konnte. Aber es deutet wenig darauf hin, dass die Verteilung der Geschlechter bei den in der Lokalradio-Berichterstattung auftretenden Personen sehr von der Verteilung in anderen Medien abweichen wird.

Für etwa die Hälfte der von Werner/Rinsdorf befragten Expertinnen ist der Anteil der Akteurinnen im Programm ein Kriterium für die Beurteilung der frauenspezifischen Programmleistung – allerdings spielt dieses Kriterium für sie eine etwas weniger gewichtige Rolle als der Anteil der Journalistinnen: Die Expertinnen wollten das Kriterium Geschlecht nicht über journalistische Kriterien stellen: „Entscheidendes Auswahlkriterium bleibt: Haben die Frauen zum Thema was zu sa-

gen?“, formulierte es eine der im Journalismus tätigen Befragten (Werner/Rinsdorf 1998: 44).

Nichtsdestoweniger sind sich die Expertinnen mit den Verfasserinnen vorgenannter Studien einig, „dass auch eine vermehrte Berichterstattung über Frauen möglich ist“ (Velte 1995: 225). Die propagierte Gegenstrategie: „Es gibt viele interessante Frauen – man muss sie nur suchen.“ Fachfrauen sollten gezielt ins Programm gehoben werden, auch in Ressorts, in denen sie derzeit unterrepräsentiert sind, wie beispielsweise in den Bereichen Politik und Wirtschaft. Die gewünschte „Ausgewogenheit“ bezieht sich aber nicht nur auf die Fachleute, die im Programm zu Wort kommen, sondern auch auf Gesprächspartnerinnen und -partner: „Wenn einer meiner Redakteure von einer Straßenbefragung zurückkommt und hat nur Männer befragt, dann schicke ich ihn wieder raus“, so die Maxime der als Expertin befragten Chefredakteurin.

1.4.1.3 Zusammenfassung: Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Hier soll keinesfalls einer säuberlich quotierten Berichterstattung das Wort geredet werden – obwohl derartige Forderungen in der Literatur durchaus zu finden sind (zur Kritik an Konzepten, die lediglich auf die quantitative Gleichbeteiligung von Frauen in den Medien abzielen vgl. bereits 1981 Jaddou/Williams). Aber ein Programm, das zur Verwirklichung von Gleichberechtigung beitragen soll, wird dies kaum ohne die Berücksichtigung von Frauen in unterschiedlichen Programmrollen bewerkstelligen können.

Daher wird sich der Anteil der Frauen on air – unterschieden nach Journalistinnen und medienexternen Akteurinnen – als Untersuchungsfeld durch die kommenden empirischen Schritte hindurchziehen (vgl. hierzu auch die Zusammenfassung der Untersuchungsfragen in Kap. 1.5). Für die Programmanalysen bedeutet das, die Präsenz von Frauen in den lokalen Programmen und in den Werbeelementen zu erfassen. Die Fallstudien über Frauensendungen sollen auf dieser Ebene zeigen, ob bzw. wie sich die Gewichte in der Berichterstattung von Frauen für Frauen verschieben.

1.4.2 Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Nicht allein das Wieviel, auch das Wie der Berücksichtigung von Frauen in den Medieninhalten wird in dieser Untersuchung als gleichstellungsrelevante Dimen-

sion herangezogen. Frauen- und Männerbilder als „kollektive Vorstellungen, die der alltäglichen und unreflektierten Konstruktion der Wirklichkeit des Geschlechterverhältnisses zugrundeliegen“ (Cornelißen 1994a: 13; vgl. hierzu auch Mühlen-Achs/Schorb 1995, insbesondere Mühlen-Achs 1995), prägen die Medien und werden in den Medien geprägt. Die Bilder, die von Frauen und Männern gezeichnet werden, die Rollen, in denen Männer und Frauen präsentiert werden, können zur Verwirklichung von Gleichberechtigung einen positiven oder einen negativen Beitrag leisten. Und es ist keinesfalls so, dass dieses Kapitel als erledigt ad acta gelegt werden könnte: „Wie Untersuchungen immer noch belegen, heben die öffentlich präsentierten Bilder von Frauen und Männern die Geschlechterdifferenz eher hervor, als dass sie sie vernachlässigen.“ (Cornelißen 1996: 22)

Folgende Dimensionen des Männer- und Frauenbildes scheinen mir in diesem Untersuchungskontext relevant:

- der Status der medienexternen agierenden Personen, d.h. die Funktion, die sie in der Berichterstattung einnehmen, und
- die Rollen, in denen die Personen auf der Medienbühne auftauchen.

Ein eigener Abschnitt ist den Rollenstereotypen in der Werbung gewidmet.

1.4.2.1 Status von Akteurinnen

Medien – und auch der private Hörfunk kann sich da nicht ausnehmen – müssen sich seit Jahren den Vorwurf einer einerseits eher unpolitischen und andererseits eher elite- und institutionenorientierten Berichterstattung gefallen lassen (vgl.

Status von Akteuren und Akteurinnen in der Tageszeitungsberichterstattung Abb. 6

Rager 1982; Rombach 1983; Weiß 1989; Müller-Gerbes/Werner 1993). Die „gouvernementale Komponente“ (Schatz 1971: 115) spiegelt sich nicht nur in den Themen wider, die aufgegriffen werden, sondern auch in den Personengruppen, die erwähnt werden oder zu Wort kommen.

Dominiert wird die Berichterstattung durch Repräsentanten und Repräsentantinnen von Regierungen und Parteien und durch Prominente, Stars und Sternchen: Von den rund 3.600 Personen, die Müller-Gerbes/Werner in einer Analyse der Tageszeitungsberichterstattung einer Woche erfassten, stellten diese beiden Gruppen jeweils rund ein Sechstel; direkt danach rangieren nicht-organisierte Einzelpersonen, die keine spezifische Funktion haben (1993: 193; vgl. Abb. 6 auf der vorigen Seite).

Prenner stellte eine noch stärkere Dominanz der Exekutive fest: Gut ein Viertel der in der Stichprobe von Radio Burgenland erfassten Personen waren Repräsentanten von Regierungen, Ämtern und Behörden – Repräsentantinnen kamen so gut wie gar nicht vor (Prenner 1995: 165).

Diese Akteursstruktur bedingt das (Nicht-)Vorkommen von Frauen (zu den folgenden Daten vgl. Müller-Gerbes/Werner 1993: 195): Fast ein Fünftel aller Männer, die in der Berichterstattung auftauchen, sind Politiker; dagegen stellen Politikerinnen nur etwa ein Zehntel der erwähnten Frauen. Anders herum gerechnet: Nur jeder zehnte in der Zeitung präsentierte Politiker ist eine Politikerin – tatsächlich besetzen Frauen mittlerweile aber etwa ein Viertel der politischen Mandate (Frauen im Spiegel der Statistik 1996: 64); in politischen Spitzenämtern dürfte ihr Anteil allerdings darunter liegen.

Die größte Gruppe bei den Frauen sind „Frauen ohne Funktion“ (30 Prozent); der Vergleichswert bei den Männern beträgt etwa ein Zehntel. Prominente dagegen stellen sowohl bei Männern wie auch bei Frauen jeweils etwa ein Fünftel der vorkommenden Personen. Mit anderen Worten: Etwa die Hälfte aller Frauen, die überhaupt in die Zeitung gelangen, tun dies als Stars oder aber in gar keiner Funktion; Männer sind tendenziell ebenfalls Stars – oder sie sind Politiker.

Prenners Daten bestätigen dieses Ergebnis, wobei allerdings die spezifische Fragestellung ihrer Untersuchung der Nachrichtenberichterstattung berücksichtigt werden muss (Prenner 1995: 166): Nichtorganisierte sind fast ein Fünftel der Frauen, aber nur ein Zwanzigstel der männlichen Akteure. In Prenners Stichprobe spielen allerdings Parteienvertreterinnen – ein Drittel aller auftauchenden Akteurinnen – eine größere Rolle: Sie melden sich vorrangig zum „Skandal“-Thema „frauenloser“ Landtag Burgenland zu Wort. Prenner schließt, „dass statusniedrige und we-

niger häufig vertretene soziale Gruppen eine Spur ‚frauenfreundlicher' sind als die etablierten Staats- und Interessenorganisationen" (Prenner 1995: 164).

Vertreterinnen von Frauengruppen oder feministischen Organisationen scheinen in den Medien nur schwerlich ein Forum für ihre Anliegen zu finden: Müller-Gerbes/Werner erfassten lediglich 0,2 Prozent – in absoluten Zahlen: sieben – der vorkommenden Personen als Sprecherin einer Frauengruppe (siehe oben); bei Prenner bringen sie es auf immerhin 1,7 Prozent.

Huhnke resümiert ihre Befunde: „In der Welt der Nachrichten, in denen die Heldentaten der Großen zählen …, haben solche entpolitisierten Wesen <gemeint sind Frauen; PW> wenig Chancen, als Subjekte erkannt zu werden." (Huhnke 1996: 36) In eine ähnliche Richtung weisen die Ergebnisse einer Untersuchung von Shows mit Publikumsbeteiligung im Fernsehen: „Um zu einem Gespräch eingeladen zu werden, reicht es offensichtlich nicht aus, nur bekannt zu sein, man sollte schon ein ‚Mann von Welt' sein." (Berghaus/Staab/Hocker 1995: 1) Die „Übermacht männlicher Prominenz" sei in fast allen Bereichen zu finden, so die Autorinnen und der Autor der Studie – besonders ausgeprägt in der Politik; eine „Domäne der Gleichberechtigung" sei dagegen der Sport: Prominente Sportlerinnen und Sportler seien etwa gleich stark in Talk- und Showsendungen gefragt (Berghaus/Staab/Hocker 1995: 1).

Frauen werden demnach „vermehrt als Laien und Alltagspersonen gezeigt … und nicht als kompetente und wissende Fachleute" (Prenner 1995: 166). Die von Werner/Rinsdorf befragten Expertinnen teilen diese Einschätzung: „Bei den Interviewpartnern tauchen Männer im Verhältnis 9:1 auf … Männer werden bei harten Themen ausgewählt, Frauen bei weichen", so die Vertreterin des Deutschen Presserats. Die Gegenforderungen der Expertinnen: Fachfrauen sollten gezielt ins Programm gehoben werden – gerade auch zu politischen oder wirtschaftlichen Fragestellungen. (Werner/Rinsdorf 1998: 47)

Die Forderung nach mehr Expertinnen und Funktionsträgerinnen im Programm scheint der Forderung nach einer weniger institutionen- und eliteorientierten Berichterstattung zunächst diametral gegenüberzustehen. Produzentinnen von frauenspezifischen Programmen versuchen – zumindest der Konzeption nach – die Synthese: einerseits Frauen als Trägerinnen von Kompetenz und Verantwortung ins Bild zu heben, andererseits „basisnahen" Journalismus zu betreiben, der von gesellschaftlichen Entwicklungen und politischen Entscheidungen Betroffene zu Wort kommen lässt (vgl. Samland 1992, Amir-Sehhi 1991, Gesierich 1993).

1.4.2.2 Geschlechtsrollenstereotype in der Berichterstattung

„Zum unreflektierten Wissensbestand einer jeden Gesellschaft gehören auch Geschlechterstereotype." (Cornelißen 1994b: 1) Sie liefern kollektive Vorstellungen davon, was Männer und Frauen können, was sie wollen und was sie nicht wollen, was sie erwarten und was man von ihnen erwarten kann – die Aufzählung ließe sich beliebig verlängern. Kurz: Sie umreißen das – immer wieder zu ergänzende, zu bestätigende oder zu verwerfende – Repertoire der gesellschaftlich akzeptierten Rollen von Männern und Frauen (zum Begriff des Stereotyps vgl. ausführlich Cornelißen 1994a, 1994b und 1996; siehe auch Scarbath/Gorschenek/Grell 1994). Auf die enorme Relevanz dieser Darstellungen hat schon Friauf 1985 in seinem für das Bundesminsterium des Inneren erstellten verfassungsrechtlichen Gutachten zur „Verbesserung der Situation der Frauen in den Medien" hingewiesen: „… sehr viel gravierender <als explizit abwertende Aussagen; PW> sind dagegen Presseinhalte, die ohne bewußte oder gar gezielte Verfolgung antifeministischer Tendenzen die Stellung der Frau in der Gesellschaft dadurch verfälschen und abwerten, dass sie unreflektiert an überkommenen Rollenklischees festhalten und diese dadurch in den Augen der großen Zahl unkritischer Leser als normal und angemessen erscheinen lassen." (zit. nach Huhnke 1996: 14-15)

Ob nun „gewollt oder ungewollt" – mit der Präsentation dieser Rollenbilder in ihren Produkten beziehen JournalistInnen „Stellung im Prozeß der fortwährenden Typisierung der Geschlechter" (Cornelißen 1994b: 1). Sie sind mit daran beteiligt, Stereotype zu verbreiten, zu reproduzieren oder sie aufzubrechen: „Es ist davon auszugehen, dass Medienproduzenten und -produzentinnen mit ihrer Arbeit oft unreflektiert geteilte Frauen- und Männerbilder reproduzieren. Gleichzeitig ist allerdings nicht auszuschließen, dass sie sich in ihrer Arbeit bewußt an gängigen Stereotypen orientieren, um so möglichst hohe Absatzchancen und Einschaltquoten zu sichern. Um gesellschaftlichen Wandel in Gang zu halten, wäre es dagegen wichtig, … auch neue Handlungsmuster und ungewöhnliche soziale Konstellationen zu präsentieren." (Cornelißen 1994a: 14) Sicherlich sind diese Präsentationen in zusammenhängenden Handlungsabläufen – beispielsweise Sendungen mit Spielhandlung – verstärkt anzutreffen und besser zu beobachten. Aber auch der aktuelle Journalismus vermittelt Bilder von „Weiblichkeit" und „Männlichkeit" (vgl. zu dieser Argumentation Prenner 1995: 169).

Frauen- und Männerbilder im Journalismus sind aber nicht lediglich das Produkt von einzelnen ‚Schreibtischtätern oder -täterinnen' in den Redaktionen, sondern sie sind auch abhängig von programmstrukturellen Variablen, denn – so eine These Krügers – „unterschiedliche programmstrukturelle Merkmale bringen auch unterschiedliche Gewichtungen der Frauenbilder hervor" (Krüger 1992: 37). In An-

Determinanten der Produktion von Geschlechterbildern **Abb. 7**

lehnung an Krüger wurden diese Determinanten der Hörfunkproduktion in der Untersuchung berücksichtigt – soweit das in einer Inhaltsanalyse überhaupt möglich ist (vgl. Abb. 7).

Prenner stellte fest, dass Frauen überproportional häufig mit Bezug auf ihre Rolle dargestellt werden (1995: 171): Über ein Fünftel aller Rollennennungen entfiel in ihrer Stichprobe auf Akteurinnen, die aber weniger als ein Zehntel aller handelnden Personen stellen. Aussagen über politisches Engagement und berufliche Qualifikation überwogen bei Frauen wie bei Männern (auch hier schlägt unter Umständen wieder Prenners spezifische Fragestellung zu Buche); Aussagen über Partnerschaft und Ehe, Haushaltsführung oder Aussehen fanden sich jedoch in erster Linie bei den Frauen. In „traditionellen Rollen" als Ehefrau, Mutter, sozial-karitativ engagierte Helferin oder als Opfer von Gewalt tauchen Frauen in der Stichprobe von Müller-Gerbes/Werner in immerhin einem Drittel der Beiträge auf (1993: 201). Die verbreitete Darstellung von Frauen als Gewaltopfer hat auch Schmerl kritisiert (1989: 48-49). Während Schmerl diese auf die für Frauen real existierenden „gewaltförmigen Verhältnisse" (1989: 21) zurückführt, argumentiert Luppen genau in die andere Richtung: Obwohl Frauen seltener Opfer von krimineller Gewalt würden als Männer, würden sie in den Medien häufiger als solche präsentiert (vgl. Luppen 1995: 13). Geisel hat die Opferrolle von Frauen in der Berichterstattung über Vergewaltigungen untersucht – und einen von Klischees geprägten Umgang der Journalistinnen und Journalisten mit Opfer- wie Täterrollen gefunden: Einem „bewaffneten, schmierigen, verhaltensgestörten, unterprivilegierten Klischeetäter

steht allzu häufig ein junges – manchmal sogar hübsches – Klischeeopfer gegenüber“ (Geisel 1991: 152).

„Statt polarisierter Geschlechtscharaktere ist heute eine breite Überlappung männlicher und weiblicher Aneignungsweisen zu erwarten, die nur noch der Tendenz nach die traditionellen Stereotype widerspiegelt.“ (Cornelißen 1994a: 30) Dieses Postulat, das Cornelißen mit Bezug auf Fiction-Sendungen aufstellt, scheint für den Non-Fiction-Bereich also nicht zuzutreffen.

Die aus Sicht der von Werner/Rinsdorf befragten Expertinnen relevanten Punkte sind in diesen Forschungsergebnissen bereits angesprochen:

- Die in den Medien immer noch präsente „typische Rollenverteilung“ wird negativ vermerkt: Männer werden im Wesentlichen als berufstätig charakterisiert, Frauen als für Haushalt und Familie zuständig. Männer werden von dieser Stereotypisierung im Prinzip noch stärker festgelegt: Während Frauen zumindest in geringem Umfang auch in Rollen der „öffentlichen Sphäre“ auftauchen, sind Männer als „Privatleute“ – beispielsweise als Väter – so gut wie gar nicht vertreten. Hier knüpfen auch die befragten Expertinnen an die bereits umrissenen Koordinaten des Gleichstellungsprozesses an – Integration von Frauen in den Erwerbsarbeitsmarkt, Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern und Ausgestaltung privater Rollen (vgl. S. 16, 20, 26).
- Diesen traditionellen Rollenbildern werden nach Ansicht der Expertinnen in zu geringem Umfang Gegenbilder bzw. alternative Vorbilder entgegengesetzt: „Wenn Frauen in seriösen Rollen verstärkt auftreten würden, würde das eine Menge ausmachen.“ Übergeordnetes Ziel dabei ist, die „breite Lebenswirklichkeit von Frauen zu zeigen“ – und die von Männern nicht minder.
- Je nach professionellem Hintergrund der Expertinnen unterscheiden sich die Schwerpunkte, die sie in ihren Gegenstrategien setzen: Je stärker die Reflexion über ökonomische Zusammenhänge die Arbeit der Expertinnen beeinflusst, desto stärker fordern sie die Darstellung von Frauen in Vorbildfunktionen – beispielsweise in Führungspositionen; stehen die Befragten jedoch eher in feministischen Denkzusammenhängen, so scheint ihnen weit mehr an einer vielschichtigen, differenzierten Darstellung von Frauen gelegen (Werner/Rinsdorf 1998: 50).

Eine weitere Facette des Männer- und Frauenbildes ist seine Bewertung durch die dargestellten Personen selbst wie durch Journalistinnen und Journalisten. Nicht nur, in welchen Rollen Frauen und Männer dargestellt werden, sondern auch, wie diese Rollen dem Publikum präsentiert werden, ist aus Sicht der befragten Expertinnen von Bedeutung.

Medien seien zwar einerseits (Re-)Produzentinnen von Rollenklischees, könnten aber andererseits auch mit Klischees „aufräumen“. Hierbei hätten die Medien eine „Vorreiterposition“. Diese Einschätzung teilt auch Prenner: Die Medien hätten „idealtypischerweise auch Kritik- und Kontrollorgan staatlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen und Instanzen zu sein. … Es ist unbestritten, dass die Medien imstande sein müßten, gesellschaftliche Lern- und Veränderungsprozesse einzuleiten und zu verstärken.“ (Prenner 1995: 62) Fritz/Langenbucher stützen diese Argumentation: „Damit die Grundlage für einen gesellschaftlichen Lernprozeß gegeben ist …, bedarf es der Interaktion, das heißt der Kommunikation unter den Beteiligten. Ohne die integrierende Funktion der Massenmedien wäre dies heute nicht möglich.“ (vgl. Fritz/Langenbucher 1987: 148; referiert nach Prenner 1995: 62)

Direkt auf das Programm bezogen bedeutet das, „klassische Rollen in Frage zu stellen“ – alternative Rollenbilder „hervorheben und überhöhen, um das traditionelle Frauenbild erfolgreich aufzubrechen“. Zusätzlich zu dieser „Basisarbeit“ fordern die Expertinnen aktive Auseinandersetzung mit Frauenfeindlichkeit und Sexismus – auch latentem – im Programm: „Wo frauenfeindliche Haltungen durchschimmern, muß man sie deutlich machen und kommentieren.“ (Werner/Rinsdorf 1998: 51)

1.4.2.3 Geschlechtsrollenstereotype in der Werbung

Frauen- und Männerbilder, die über den Äther transportiert werden, entstehen nicht nur an den Redaktionsschreibtischen, sondern auch in den Büros der WerbeproduzentInnen. Werbespots sind ein fester und prägender Bestandteil kommerzieller Programme – wer das Frauenbild in den Hörfunk-Programmen in allen Facetten beleuchten will, kann deshalb die Werbeinseln nicht umschiffen. Zudem ist die Darstellung von Frauen in der Werbung seit den 70er Jahren immer wieder kritisiert worden, unter anderem vom Deutschen Werberat.

Hörfunkwerbung ist bislang allerdings selten ins Visier der Kritik und Analyse geraten: Ganze zwei Studien beschäftigen sich gezielt mit Hörfunkwerbung, bei beiden liegt die eigentliche Untersuchung fast 20 Jahre zurück. 1984 analysierten Melton und Fowler 2058 Werbespots, die in US-Radiostationen ausgestrahlt wurden (Melton/Fowler 1987). Bereits 1980 hat Ilse Raetsch Hörfunk- und Fernseh-Spots vergleichend untersucht. Allerdings hat sie nur die Spots aus ihrer Stichprobe, in denen Frauen überhaupt vorkamen, genauer unter die Lupe genommen; verall-

gemeinernde Aussagen sind daher auf Basis dieser Studie nicht möglich (Raetsch 1980).

Laut Melton/Fowler waren Frauen in den Spots rein zahlenmäßig schwächer vertreten als Männer; zudem nehmen sie seltener als Männer Hauptrollen ein (Melton/Fowler 1987: 148; vgl. auch Raetsch 1980: 29-30). Männer üben in den Spot-Szenarios häufiger einen Beruf aus, sie stellen häufiger Verteter oder Inhaber des Unternehmens, das das beworbene Produkt herstellt bzw. vertreibt. Frauen sind dagegen häufiger diejenigen, die das beworbene Produkt konsumieren – teilweise erkennbar in der Rolle von Hausfrauen (vgl. Melton/Fowler 1987: 149). Melton/Fowler und Raetsch fanden – über die kulturellen Grenzen hinweg – ganz ähnliche Zuordnungen von weiblichen und männlichen Rollen zu bestimmten Produkten bzw. Produktgruppen: Make-up, Lebensmittel, Haushaltswaren, „Wohnungskleinzubehör" (Raetsch 1980: 76) – das sind Güter, für die Frauen werben. Männer dagegen sind eher für langlebige Anschaffungen, für Versicherungen und Geldgeschäfte zuständig (vgl. Melton/Fowler 1987: 149; Raetsch 1980: 76). Zur Zeichnung von Geschlechtsrollenstereotypen liefern beide Untersuchungen darüber hinaus wenig Material.

Hinweise lassen sich eher aus Studien extrahieren, die die Geschlechterbilder in der Werbung allgemein im Fokus haben (z.B. Kotelmann/Mikos 1981, Mikos 1988, Brosius/Staab 1990, Schmerl 1990, Heller 1992, Umiker-Sebeok 1992). Die Ergebnisse dieser Untersuchungen sollen hier allerdings nicht umfassend wiedergegeben werden, sondern nur in den Ausschnitten, die für die Geschlechtsrollentypisierung in Hörfunk-Spots relevant sein könnten. Einen (vergleichsweise) aktuellen Überblick gibt stattdessen Velte 1995.

Drei anscheinend medienübergreifende Trends lassen sich dabei beobachten:

- Für das Muster ‚männliche Dominanz – weibliche Unterordnung' gibt es zahlreiche empirische Belege: Männer übernehmen häufiger als Frauen den seriösen Sprechpart, Frauen dagegen singen oder tanzen häufiger und markieren auf diese Weise den emotionalen Höhepunkt des Spots (vgl. Kotelmann/Mikos 1981: 77). Männer treten dabei vorzugsweise in der Funktion von Experten in Erscheinung, Frauen in der von Konsumentinnen (Schmerl 1990: 185). Wenn Expertinnen auftauchen, dann sichern sie ihre Kompetenz häufig durch einen Mann ab, fand Mikos in einer Nachfolgestudie heraus (Mikos 1988: 67).
- Die gezeichneten Geschlechterstereotypen scheinen bei Frauen über die Jahre hinweg etwas aufgeweicht worden zu sein. Anfang der 80er Jahre fanden Kotelmann und Mikos noch überwiegend zwei Klischees: das der Familienfrau, die Heim und Herd auf Hochglanz bringt, und das der „jungen, attraktiven, verführerischen Frau" (Kotelmann/Mikos 1981: 32). Interessanterweise betrachten

die Autoren diese beiden Klischees als Gegenstücke, gleichzeitig aber auch als chronologisch nachgeordnet: Die junge Frau ist noch auf der Suche nach einem Partner, wenn sie denn einen gefunden hat, wechselt sie in die andere Liga.
Rund ein Jahrzehnt später fand Spiess bereits eine deutliche Ausdifferenzierung der Frauenbilder vor (1992): „Der größte Teil der Veränderungen, die Spiess feststellt, liegt in der Erweiterung des Handlungsspielraums und einer selbstbewußteren, aktiveren Grundhaltung“ (Velte 1995: 211). Neu war beispielsweise der Typ der ‚alten unkonventionellen Frau’ und der Typ der berufstätigen ‚Superfrau’ (Spiess 1992: 100-101). Brosius und Staab bestätigen in ihrer Print-Fallstudie, dass das junge Stereotyp der erfolgreichen, scheinbar unabhängigen Karrierefrau das Hausfrauenklischee seit den 60er Jahren zunehmend verdrängt habe (Brosius/Staab 1990: 297). Auch die Männerbilder haben sich zweifellos grundlegend verändert, allerdings sind diese Veränderungen weniger gut dokumentiert.

- Die ‚Superfrau’ leitet über zum dritten medienübergreifenden Trend, der hier beschrieben werden soll: dem Bild der berufstätigen Frau. Nach wie vor scheint weibliche Berufstätigkeit überwiegend ausgeblendet zu werden (vgl. beispielsweise Heller 1992: 133). Nach Schmerl sei der Anteil dargestellter berufstätiger Frauen über die Jahre zwar kontinuierlich angestiegen, Frauen würden aber noch immer entweder in dienenden Berufen oder aber in ‚Traumberufen’ dargestellt (Schmerl 1990: 184) – beispielsweise als Anwältin, Fernsehjournalistin, Managerin.

Das Resümee aus diesen Einzelaspekten (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 53): Die Vielfalt weiblicher Lebensformen wird in der Werbung nicht dargestellt, sondern das Frauenbild verkürzt auf wenige griffige Stereotypen – zugunsten der Eindeutigkeit und Verständlichkeit der Werbebotschaft: „Individualität bleibt auf der Strecke.“ (Velte 1995: 206) Dasselbe dürfte für die Darstellung von Männern gelten.

Zentral für die folgende empirische Analyse wird außerdem sein, ob sich die allgemein an der Geschlechterdarstellung in der Werbung geübte Kritik auch auf den Hörfunk anwenden lässt. Schmerl hat diese Kritik zu sieben ‚Rezepten frauenfeindlicher Werbung’ gebündelt (1992: 21; vgl. auch Velte 1995: 214-217):

- sexuelle Anzüglichkeiten auf Kosten von Frauen;
- Gleichsetzung von Frauen mit Produkten und Konsumartikeln;
- ‚Märchen’ über Frauen im Haushalt;
- Hervorhebung angeblich ‚typisch weiblicher Unarten’;
- kosmetische ‚Zwangsjacken’;
- Vermarktung und Pervertierung des Emanzipationsbegriffs;
- zynische Witze über Frauen.

Zwar scheint der Anteil direkt herabsetzender Werbung nicht sehr hoch zu sein. Allerdings zeichnen sich in der Regel gerade diese Spots durch einen hohen Aufmerksamkeitsfaktor aus – deswegen komme ihnen ein herausragender Stellenwert zu (Schmerl 1994: 139).

1.4.2.4 Zusammenfassung: Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Gesetzt den Fall, Frauen schaffen überhaupt den Sprung in die mediale Berichterstattung – die Bilder, in denen sie dem Publikum präsentiert werden, prägen die Bilder der Wirklichkeit, die sich das Publikum macht. Die Komplementärfunktion erfüllen die Männerbilder, die die Medien verbreiten. Die wichtigsten Facetten dieser Bilder, die ich in den kommenden Untersuchungsschritten näher beleuchten will, sind der Status, die Funktionen der medienextern agierenden Personen und die Geschlechtsrollen, die sie ausfüllen. Die Frage nach Männer- und Frauenrollen wird insbesondere auch in den beiden Untersuchungsschritten zum Tragen kommen, die die Werbung bzw. die Frauensendungen zum Thema haben (vgl. hierzu auch die Zusammenfassung der Untersuchungsfragen in Kap. 1.5).

1.4.3 Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm

Ging es bisher in erster Linie um die Personen, die im Programm auftauchen, so rücken nun die Themen der Berichterstattung und die Art ihrer Aufbereitung in den Mittelpunkt. Wobei keinesfalls dazu aufgerufen werden soll, diese beiden Dimensionen getrennt voneinander zu betrachten – im Gegenteil: Sie sind eng miteinander verknüpft. „Die Ursachen [für die geringe Medienpräsenz von Frauen; d.A.] sind in der Struktur der Berichterstattung zu suchen. Das heißt, dass das Fehlen von Frauen und ihren Anliegen in der Medienagenda nicht so sehr auf der chauvinistischen Böswilligkeit einzelner (männlicher) Reporter und Redakteure beruht (vgl. Pingree/Hawkins 1980: 72), sondern vielmehr im sexistischen Bias der Medienberichterstattung begründet liegt.“ (Prenner 1995: 64)

1.4.3.1 Themenspektrum der Berichterstattung

Wie bereits angedeutet, hängen die geringe Präsenz von Frauen in den Medien und die Themenstruktur des aktuellen Journalismus eng zusammen. Aktuelle Nachrichten werden von wenigen Themen beherrscht: In der Stichprobe von Prenner machen die Themen Politik und Wirtschaft zusammen über 60 Prozent der un-

tersuchten Nachrichten aus; keines der übrigen elf erfassten Themen erreichte noch die 10%-Marke (Prenner 1995: 173). Erweitert man den Blick von den Nachrichten auf die Gesamtberichterstattung, so verschieben sich die Schwerpunkte: In dem die Zeitungsberichterstattung einer Woche umfassenden Sample von Müller-Gerbes/Werner kommt die Politik (inklusive Wirtschaft) zwar auf die meisten Einzelnennungen und auch der – ebenfalls politisch bedeutsame – Bereich Umwelt und Soziales hat keinen unerheblichen Anteil an der Berichterstattung, insgesamt stellt der „unpolitische" Bereich aber die Mehrheit (Müller-Gerbes/Werner 1993: 189; vgl. Abb. 8).

Themen der Berichterstattung **Abb. 8**

Weder Weiß (1989) noch Mathes (1990), die die Programmstrukturen lokaler bzw. regionaler Sender untersucht haben, gliedern ihre Ergebnisse so auf, dass sie zum Vergleich herangezogen werden könnten. Bei Mathes wird aber ebenfalls die Dominanz politischer bzw. wirtschaftlicher Fragestellungen in den Nachrichten, im gesamten Informationsangebot aber der Überhang unpolitischer Themen deutlich (Mathes 1990: 111, 130-131).

Interessant im Kontext der Untersuchungsfrage ist vor allem, inwiefern medienexterne Akteurinnen bei den einzelnen Themen der Berichterstattung unterrepräsentiert sind – dass sie bei allen Themen grundsätzlich unterrepräsentiert sind, erscheint vor dem Hintergrund der etwa fünffachen „Übermacht" männlicher Akteure (vgl. Kapitel 1.2.1.2) wahrscheinlich. In der Stichprobe von Müller-Gerbes/Werner (1993: 197) kamen Frauen und Männer beim Thema Politik im Verhältnis von 1:12 vor; bei den Themenkomplexen Umwelt und Soziales sowie Human Interest „verbessert" sich das Verhältnis auf etwa 1:4 – die Medien, so scheint es, liefern hier ein getreues Spiegelbild gesellschaftlicher Rollenzuschreibungen. Bei Prenner sehen die Verteilungen weit „ungünstiger" aus: Für das Themenfeld Politik kommt sie auf ein Verhältnis von 1:18; für den Bereich Umwelt und Soziales auf etwa 1:8 (eigene Berechnungen nach Prenner 1995: 175).

Auf Basis dieser Ergebnisse ist zum einen mit einer relativ deutlichen Unterrepräsentanz von Frauen in den Nachrichten der Radioprogramme zu rechnen, zum anderen mit der tendenziellen Zuordnung von Frauen und Männern zu bestimmten Themengruppen.

1.4.3.2 Gleichstellungsrelevante Themen

Der Überblick über das Themenspektrum der aktuellen Medienberichterstattung hat gezeigt, dass „Frauenthemen" so gut wie keine Rolle spielen – obwohl sie von den Rezipientinnen nachgefragt werden: Bei einer repräsentativen Umfrage gaben fast zwei Drittel aller Zeitungsleserinnen an, mehr über „Themen, die Frauen betreffen" lesen zu wollen (Müller-Gerbes/Werner/ Röttger 1992: 73). Was sind „Frauenthemen"? Obwohl unter Journalistinnen, Wissenschaftlerinnen, Feministinnen wie unter Mediennutzerinnen ebenso kritisiert wie weit verbreitet, entzieht sich der Begriff der exakten Definition. Drei verschiedene Ansätze, „Frauenthemen" zu umreißen, lassen sich auf Basis der Literatur und der Aussagen bzw. Forderungen der Expertinnen nachvollziehen:

- Hinter „klassischen Frauenthemen" verbirgt sich das Themenspektrum, das von Frauenzeitschriften (sic!) bedient wird: Haushalt inklusive Rezepte, Partnerschaft, Kindererziehung, Mode, oder – um es mit einer in Mode gekommenen Wendung zu umschreiben – der Themenbereich der modernisierten 3 Ks: Kinder, Küche, Konsum.
- Eine etwas erweiterte Definition von „Frauenthemen" erfasst Bereiche, die im weiblichen Lebenszusammenhang zunehmend eine Rolle spielen: beispielsweise Frauenerwerbsarbeit oder Frauenerwerbslosigkeit. Viele dieser Themen zeichnen sich dadurch aus, dass sie durch eine schlichte Addition der Variable „Frau" zum „Frauenthema" mutieren – Frauen und Armut gleich Frauenarmut. Diese Rechnung lässt sich mit vielen anderen Sujets wiederholen.
- Unter „Frauenthemen" fallen eindeutig auch die Teile der Berichterstattung, die sich direkt und unmittelbar mit der Verwirklichung von Gleichberechtigung beschäftigen: Gleichstellungspolitik, rechtliche Grundlagen von Gleichstellung, gesellschaftliche Umsetzung rechtlicher und gleichstellungspolitischer Vorgaben. Frauenpolitische Berichterstattung, so fand Lünenborg in Interviews mit 32 Journalistinnen heraus, konzentriere sich in der Beschreibung der befragten Journalistinnen „zu einem hohen Maße auf solche Themen, die in den Bereich der Sozial- und Familienpolitik fallen" – insbesondere Verhütung, Abtreibung und Familienplanung stellten „Essentials frauenpolitischer Berichterstattung dar" (Lünenborg 1997: 307).

Für die weitere Arbeit an den Untersuchungsfragen scheint mir eine Definition angemessen, die die drei genannten Ansätze kombiniert. Denn eins scheint unbestritten: Der Prozess gesellschaftlicher Gleichstellung spielt sich tatsächlich auf diesen drei Feldern ab – auch im Bereich der „klassischen Frauenthemen", der „reproduction issues" (Prenner 1995: 175). Das Spektrum der oben angesprochenen Inhalte werden daher im Weiteren in der Kategorie „gleichstellungsrelevante Themen" zusammengefasst. Denn ich halte die Feststellung für elementar, dass diese Themen keineswegs nur Frauen betreffen. Am Beispiel der von den Expertinnen eingeforderten Berichterstattung über die Vereinbarkeit von Familie und Erwerbsarbeit wird das unmittelbar deutlich: Die Forderung nach Verwirklichung von Gleichberechtigung im Hinterkopf, geht dieses Thema Männer unter Umständen fast noch mehr an als Frauen. Zudem sind es nicht nur Frauen, die der Meinung sind, es müsse mehr für Gleichstellung getan werden – mehr als die Hälfte der Männer teilt diese Ansicht (vgl. S. 24).

Klaus moniert, es fehle „ein einheitlicher Begriff" für die hier angesprochenen Themen (1998: 261); ihre Wahl fällt auf die Begriffe ‚frauenpolitische Themen', ‚frauenrelevante Berichterstattung' oder ‚Emanzipationsfragen'.

Diese Themen scheinen der Berichterstattung im aktuellen Journalismus nicht würdig zu sein: „Abgeschlagen sind Inhalte, die sich mit Emanzipation oder auch mit anderen Themen, die der Lebenswelt von Frauen besonders nahestehen, beschäftigen." (Velte 1995: 226) Weiderer stellte in ihrer Fernsehanalyse für den umrissenen Themenkreis einen Anteil von etwa ein bis vier Prozent in Dokumentationen und unter einem Prozent in Nachrichtensendungen fest (Weiderer 1993: 249, 286). Auf einem ähnlichen Level liegen die von Müller-Gerbes/Werner erhobenen Werte: Frauenpolitik schlug mit einem Anteil von etwa einem Prozent zu Buche, der Komplex Familienpolitik, Familie und Erziehung mit weniger als einem Prozent, Haushalt und verbraucherorientierte Inhalte bringen es zusammen auf immerhin dreieinhalb Prozent (Müller-Gerbes/Werner 1993: 189-190). Auch Prenners Ergebnisse stützen – soweit sie vergleichbar sind – die Annahme, dass gleichstellungsrelevante Themen in den Medien kaum eine Chance haben (Prenner 1995: 173-175).

Erklärt wird das im Wesentlichen mit dem bereits erwähnten „sexistischen Bias" der Berichterstattung: „Ein Teil der Probleme bei der Berichterstattung über Frauen und Frauenfragen … besteht darin, dass vieles von dem, was wir für berichtenswert halten, überhaupt keine Ereignisse sind. Die tausendfachen Formen der Unterdrückung von Frauen begannen schließlich nicht erst letzten Donnerstag aufgrund eines Präsidentenerlasses." (Pingree/Hawkins 1980: 73) Mit anderen Worten: Die in der journalistischen Praxis dominanten Nachrichtenwerte sind die Barrieren, an denen gleichstellungsrelevante Themen abprallen. Prenner findet ihre These be-

stätigt, „dass Frauen bzw. ‚Frauenfragen' einen weit höheren Nachrichtenwert … als der Durchschnitt haben müssen, um journalistisch aufgegriffen zu werden" (Prenner 1995: 187). Gleichstellungsrelevante Themen müssen sozusagen „überqualifiziert" sein, ähnlich wie Frauen, die in Führungspositionen gelangen wollen (Prenner 1995: 188). Oder, um es wettkampftechnisch auszudrücken: „… die Nachrichtenwert-Latte wird für Frauen und ihre Anliegen weit höher gelegt als für den Durchschnitt" (Prenner 1992: 150).

Basierend auf den theoretischen Vorarbeiten von Schulz (1976) hat Prenner untersucht, welche Nachrichtenfaktoren in der aktuellen Berichterstattung von Radio Burgenland wirksam werden. Der Vergleich zwischen den allgemeinen Nachrichten und denen, die sich um ‚Frauenfragen' drehen, zeigt: Sämtliche Nachrichtenfaktoren treffen mit größerer Häufigkeit auf „Frauenfragen" zu. Ein Beispiel: Der Nachrichtenfaktor ‚Einfluss/Macht' lässt sich in 93 Prozent der allgemeinen Nachrichten freilegen, aber in 100 Prozent aller ‚Frauenfragen'; der Faktor ‚Faktizität' trifft auf 89 Prozent der allgemeinen Nachrichten zu und auf 95 Prozent der ‚Frauenfragen' – beide Unterschiede sind statistisch signifikant (Prenner 1995: 186).

Sendungen mit überwiegend gleichstellungsrelevanten Inhalten basieren auf einem anderen Nachrichtenwert-Konzept. In ihrer Befragung von Journalistinnen, die sich diesen Themen widmen, hat Lünenborg von den im Journalismus allgemein üblichen abweichende Selektionskriterien freigelegt: „Nachrichtenfaktoren wie Aktualität, Ereignishaftigkeit und Konflikthaltigkeit ersetzen sie [die Journalistinnen; PW] in ihrer Arbeit durch Relevanz, Prozeßhaftigkeit und Kontextgebundenheit." (Lünenborg 1997: 336)

1.4.3.3 Geschlechtsspezifische Perspektive in der Berichterstattung

Die Leistung von Journalistinnen und Journalisten – auch hier decken sich die von den Expertinnen konkretisierten Forderungen mit den in der Literatur aufgestellten (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 58) – darf sich allerdings nicht darin erschöpfen, den Themenkreis der so genannten ‚Frauenthemen' in der Berichterstattung verstärkt abzudecken. Gefragt sei stattdessen eine generell ‚geschlechtsbewusstere Berichterstattung' unabhängig vom Thema – so die Formulierung einer der befragten Expertinnen. „Strenggenommen gibt es gar keine ‚Frauenthemen'. Worum es geht, ist der ‚andere Blick' bei der Behandlung aller Probleme." (Prenner 1992: 149)

Diesen „anderen" Blick definiert Cora Stephan Ende der 80er Jahre als „den ironischen, den souveränen, den weiblichen Blick auf die herrschenden Zustände – jenen weiblichen Blick, der bekanntlich mit Biologie nichts zu tun hat, sondern der

befremdete Blick auf eine fremde Welt ist: Frauen sind nun einmal im Journalismus oder etwa in der Politik so wenig selbstverständlich, dass sie deren Strukturen gegenüber diesen fremden Blick noch haben können: mit Ironie, ohne Unschuld." (Stephan 1988: 10; zit. nach Lünenborg 1997: 209) Lünenborg hingegen bestreitet auf dem Hintergrund ihrer Untersuchungsergebnisse, dass sich der „befremdete Blick" biologisch oder sozial herstelle – seine Basis sei vielmehr ein analytischer Blick auf gesellschaftliche Machtverhältnisse. „Nur dort, wo diese Perspektive bewußt gewählt wird, kann sie sich in der Berichterstattung wiederfinden." (Lünenborg 1997: 210) Ihre Interviewpartnerin Inge von Bönninghausen – Macherin der WDR-Sendung „Frauen-Fragen" – definiert die politisch geforderte Perspektive so: „Der Blick als solcher ist meiner Meinung nach nicht allein durch das Vorhandensein eines Uterus schon ein anderer. Aber ein im Fraueninteresse politisch geschulter Blick – sprich: ein feministischer – ist sehr wohl ein anderer." (Lünenborg 1997: 256)

Ich übernehme den Ansatz von Lünenborg hier insoweit, als auch ich davon ausgehe, dass eine geschlechtsspezifische bzw. geschlechtsbewusste Perspektive auf die Sujets der Berichterstattung keine biologische Komponente hat. Eine geschlechtsbewusste Perspektive soll hier vielmehr als eine journalistische Herangehensweise gefasst werden, die sich auch Männer zu eigen machen können – und die umgekehrt Frauen keineswegs automatisch wählen müssen.

Was ist der Fokus dieser Perspektive? Was rückt ins Blickfeld, das in der Berichterstattung nach herkömmlichem Muster verborgen bleibt?

Eine frauenspezifische Berichterstattung „… beinhaltet den Anspruch, in allen Themen, also gerade auch den klassischen politischen und wirtschaftlichen Fragen, die bislang ganz überwiegend von Männern medial verkörpert werden, die Interessen von Frauen zu betrachten und die Folgen einschlägiger Entscheidungen für ihr Leben zu analysieren." (Lünenborg 1997: 305)

In Erweiterung dieser Definition betrachte ich eine geschlechtsbewusste Perspektive dann als vorhanden, wenn gesellschaftliche Entwicklungen, politische Entscheidungen nicht scheinbar geschlechtsneutral dargestellt, sondern in ihren – möglicherweise unterschiedlichen – Konsequenzen für Männer und Frauen gezeigt werden. Wie sich diese Herangehensweise in der redaktionellen Praxis niederschlagen kann, zeigt ein Beispiel aus der SFB-Sendung „Zeitpunkte", die speziell auf Hörerinnen zielt. Teil der „Zeitpunkte"-Konzeption ist es, allgemeine Nachrichten auf ihren Wahrheitsgehalt für Frauen zu überprüfen und zu hinterfragen (Bürger 1986: 174) – so kann sich eine als sinkend gemeldete Arbeitslosenquote bei näherem Hinsehen als für Männer tatsächlich sinkend, für Frauen dagegen steigend entpuppen.

Durch Einführung dieser Kategorie „wird die Geschlechterfrage als ein zentrales Problem anerkannt, das sich durch alle Bereiche unserer Kultur zieht“ (Prenner 1995: 70) – Gleichstellung ist somit nicht ein Thema unter vielen, sondern wird zum gesellschaftlichen Querschnitt-Thema.

Repräsentative Ergebnisse zu der Frage, inwieweit eine geschlechtsspezifische Perspektive in der Berichterstattung bereits eingenommen wird, liegen zumindest für deutsche Medienprodukte nicht vor. Prenners Analyse des Progamms von Radio Burgenland lässt vermuten, dass es sich um einen verschwindend geringen Anteil handeln dürfte: In ihrer Stichprobe beschäftigten sich lediglich 3,4 Prozent der Themen explizit mit der Geschlechterproblematik (vgl. Prenner 1995: 212). Wie hoch dieser Prozentsatz sein könnte, dazu liefern bislang weder empirische Forschung noch wissenschaftliche Theoriebildung Anhaltspunkte.

1.4.3.4 Zusammenfassung: Thematische Berücksichtigung von Frauen in der Berichterstattung

Ein möglicher Ansatz, einen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung zu leisten, liegt in der intensivierten Berichterstattung über die Problematik selbst und die angrenzenden Bereiche. Bislang vorliegende Untersuchungen haben gezeigt, dass gleichstellungsrelevanten Themen auf der Medienagenda kein prominenter Platz eingeräumt wird. Um den Stand der tatsächlichen gesellschaftlichen Gleichstellung zu dokumentieren, scheint es unumgänglich, auf bestehende Ungleichheiten aufmerksam zu machen. Das geeignete Mittel hierzu scheint eine geschlechtsbewusste Perspektive auf scheinbar geschlechtsneutrale Themen – wie zum Beispiel Erwerbsarbeit – zu sein.

In der Programmanalyse will ich feststellen, inwieweit Frauen in den nordrhein-westfälischen Radioprogrammen in der thematischen Dimension berücksichtigt werden – und auch, wie sich die Themenstruktur der Frauensendungen im Bürgerfunk und des WDR-Frauenmagazins von der des übrigen redaktionellen Wortprogramms abhebt (vgl. hierzu auch die Zusammenfassung der Untersuchungsfragen in Kap. 1.5).

1.4.4 Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Auf der sprachlichen Ebene der Berichterstattung über Frauen steht ein Thema im Vordergrund: sexistische Sprache. Darüber hinaus liegen zur sprachlichen Berücksichtigung von Frauen in den Medien bislang vorwiegend Ergebnisse zu jeweils

sehr spezifischen Fragestellungen vor – beispielsweise zu geschlechtsspezifischen Aspekten der Zeitungssprache oder zum Sprach- bzw. Sprechverhalten von Männern und Frauen in Kommunikationssituationen. Geschlechtsspezifika der Radiosprache sind noch nicht en detail untersucht worden. Welche Parameter ich in dieser Untersuchung als relevant einschätze, werde ich in den kommenden Abschnitten entwickeln.

1.4.4.1 Sexistischer Sprachgebrauch

Die dicksten Minuspunkte kann sich ein Programm, das zur Verwirklichung von Gleichberechtigung beitragen soll, eindeutig mit sexistischer Sprache einfangen – da sind die Standpunkte von Politikerinnen, Wissenschaftlerinnen, Journalistinnen und auch den von Werner/Rinsdorf befragten Expertinnen deckungsgleich (1998: 60). Dass sexistische Sprache in den Medien nichts zu suchen hat, ist für einen Teil der Expertinnen gar so selbstverständlich, dass sie es noch nicht einmal für erwähnenswert halten – und erst auf Nachfrage bestätigen.

Was fällt unter den Begriff „sexistische Sprache“? Unter dieser Bezeichnung fasse ich jegliche Frauen explizit oder implizit abwertende Sprache zusammen: „Sprache ist sexistisch, wenn sie Frauen und ihre Leistungen ignoriert, wenn sie Frauen nur in Abhängigkeit von und Unterordnung zu Männern beschreibt, wenn sie Frauen nur in stereotypen Rollen zeigt und ihnen so über das Stereotyp hinausgehende Interessen und Fähigkeiten abspricht und wenn sie Frauen durch herablassende Sprache demütigt und lächerlich macht.“ (Trömel-Plötz 1984: 53; vgl. auch Mühlen-Achs 1995: 16)

Die in der einschlägigen Literatur genannten Beispiele lassen sich in zwei Gruppen zusammenfassen:

- asymmetrische bzw. bagatellisierende Sprache und
- explizit abwertende Sprache.

Unter Asymmetrien verstehe ich nicht etwa das gängige „Mitmeinen“ von Frauen (siehe hierzu den folgenden Abschnitt), sondern die sprachliche Ungleichbehandlung von Männern und Frauen. „In der Sprache selber sehen wir, dass der Mann die Norm ist, der Standard, die Frau mehr die Ausnahme, das Ungewöhnliche, das extra spezifiziert werden muß.“ (Trömel-Plötz 1985a: 15-16) Ein Beispiel für diese Ungleichbehandlung aus der Sprache aktueller Nachrichten: Während es durchaus gebräuchlich ist, Politiker nur beim Namen zu nennen, werden Politikerinnen – allem Anschein nach zunehmend seltener – mit dem Zusatz „Frau“ versehen. Sterr nennt folgende Beispiele aus der ‚Südwest-Presse‘ von 1986 für sprachlich asymmetrische Konstellationen (1996: 35):

- „Blüm und Frau Fuchs sprachen sich … für eine Erhöhung des Bundeszuschusses … an die Rentenversicherungsträger aus."
- „Sprecher der Opposition, wie Roth und sein Fraktionskollege Klaus Lennartz von der SPD sowie Frau Hönes von den Grünen …"
- „In einer gemeinsamen Erklärung begründeten die FDP-Abgeordneten Frau Hamm-Brücher, Baum und Hirsch ihre Stimmenthaltung damit, …"

Teilweise wird bei Frauen des öffentlichen Lebens auch auf die korrekte Funktionsbezeichnungen verzichtet, dies wirke „im öffentlichen Sprachgebrauch der Medien entpolitisierend" (Sterr 1996: 111). Zudem unterstreichen abweichende Bezeichnungen wie in den Beispielen den Sonder-Status, den Frauen in der Politik oder anderen verantwortlichen und öffentlichkeitswirksamen Positionen einnehmen.

Der Sonder-Status von Frauen wird auch durch den Bindestrich-Zusatz „Damen" verdeutlicht, der sich beispielsweise vor allerlei Sportarten wiederfindet: Frauen spielen „Damen-Tennis", Männer spielen „Tennis". Ohnehin hören die feministischen Linguistinnen die Bezeichnung „Damen" nicht so gern: „Von Damen erwartet man nur gepflegtes Äußeres und feines Gebaren, aber keine richtige Arbeit, keinen guten Kopf und keine hervorragende Leistung irgendwelcher Art. … Damen konkurrieren nicht mit Männern und machen Männern keine Schwierigkeiten. … Es gibt keine Damenbewegung, sondern nur eine Frauenbewegung." (Trömel-Plötz 1985a: 93) Huhnke apostrophiert Dame als „Vexier- und Stigmawort" und verweist auf Theodor Fontane, der in seinem Roman ‚Effi Briest' „den Unterschied/Übergang von der Dame zur Frau beschreibt: ‚Aber wer war diese Frau? Sie war überhaupt keine Frau, im günstigsten Fall war sie eine Dame, das sagt alles: ‚Dame' hat beinah immer einen Beigeschmack.'" (Huhnke 1996: 195)

Frauen können sprachlich aber auch herabgesetzt werden, wenn von Männern die Rede ist – beispielsweise durch Verharmlosung von Gewalttaten an Frauen und bagatellisierende Bezeichnungen für die Täter selbst. Geisel hat in einer umfassenden Analyse von Berichten über Gewalt gegen Frauen in Tageszeitungen „anekdotischen Stil" freigelegt, der den Sachverhalt verschleiert: „Liebestoller im Vollrausch fiel vom Balkon der Schönen." (Geisel 1991: 141) Vergewaltigungen werden als „Sex-Spiele", „Annäherungsversuche" und „abendliche Vorkommnisse" apostrophiert; diejenigen, die sie begehen, sind „stürmische Verehrer", „Strolche" oder „Sex-Täter". Die Opfer werden nicht vergewaltigt, sondern „mit Sex behandelt" oder „unsittlich berührt" (vgl. Geisel 1991: 133-136).

Als explizit sexistisch fasse ich Aussagen, die Frauen direkt und unmittelbar degradieren, beleidigen, auf vermeintlich „typisch weibliche" Eigenschaften reduzieren und ihrer Individualität berauben.

Die Reduktion auf Äußerlichkeiten zeigt sich beispielsweise in der – wenn auch unter Umständen anerkennend gemeinten – Bezeichnung einer Goldmedaillen-Gewinnerin als „unser kleiner blonder Feger". Nicht nur die „langbeinige Sprinterin", auch „zierliche Abgeordnete" – sprich: Politikerinnen – sind häufig Opfer von Trivialisierung, fasst Schmerl die Ergebnisse ihrer Inhaltsanalysen zusammen: Die „liebevolle Beschreibung ihrer weiblichen Schwächen, Stärken und vor allem ihrer Kleidung" (Schmerl 1989: 43) sei regelmäßige Übung der Kollegen (und mancher Kollegin) in den Redaktionen:

- Als Beispiel für die Verknüpfung von politischem Amt und ‚weiblichen' Eigenschaften zitiert Sterr die Südwest-Presse: „Ein Lächeln für ihr Militär – charmant salutiert die Präsidentin der Philippinen, Corazon Aquino, in ihrer Eigenschaft als erster weiblicher Oberbefehlshaber der philippinischen Streitkräfte bei einer Parade …" (Sterr 1996: 96). In derselben Zeitung hieß es über Margarita Mathiopoulos, zeitweilig designierte SPD-Sprecherin: „‚Ich liebe das Risiko', sagte die sehenswert hübsche, schwarzhaarige junge Frau." (Sterr 1996: 106)
- Müller-Gerbes/Werner zitieren in ihrer Untersuchung die Berichterstattung über ein anscheinend fröhliches Gelage bei der CSU, auf dem die „begehrte frühere Miß Bundestag" und „attraktive Staatssekretärin" Michaela Geiger mit dem Verkehrsminister flirtet (Müller-Gerbes/Werner 1993: 205).

Verbreitete Sexismen sind auch Äußerungen über Frauen, die der heimischen Fauna entlehnt sind: Da werden Sängerinnen als „Goldkehlchen" betitelt, Rennfahrerinnen als „Renn-Miezen", Sekretärinnen als „Büro-Mäuse".

Zwar gründet Schmerl in den 80er Jahren einen Teil ihrer Kritik an den Medien eben auf diesen sexistischen Sprachgebrauch (vgl. Schmerl 1989); Müller-Gerbes/Werner und Folgeuntersuchungen dagegen kommen zu dem Schluss, dass zumindest in der Berichterstattung von Tageszeitungen sexistische Sprache kein allzu großes Problem ist: Wo Frauen insgesamt kaum auftauchen, wird es schwer, sexistisch über sie zu berichten (vgl. Müller-Gerbes/ Werner 1993; Luppen 1995).

Angesichts des stärker unterhaltenden Charakters der Berichterstattung im Hörfunk bedarf dieser Punkt aber zumindest der empirischen Überprüfung – einige der Expertinnen vermuten Sexismen vor allem in den Moderationsbeiträgen. Sexistische Sprache medien-externer Handlungsträger und -trägerinnen kann natürlich nicht den Sendern angelastet werden; sie könnte aber zumindest von den Journalistinnen und Journalisten thematisiert werden.

1.4.4.2 Symmetrischer vs. mitmeinender Sprachgebrauch

Mit dem Vermeiden von Sexismen allein ist es aber noch nicht getan. Die deutsche Sprache – und die knappe Radiosprache im Besonderen – bietet „für Männer mehr Chancen des Gemeintseins und damit des Identifiziertwerdens als für Frauen“ (Pusch 1984: 27): „Eine Lehrerin und ein Lehrer sind schon zwei Lehrer, und wie viele Lehrerinnen auch dazukommen, es ändert sich nichts: auch 99 Lehrerinnen und ein Lehrer sind 100 Lehrer und nicht 100 Lehrerinnen.“ (Trömel-Plötz 1985a: 95)

Denn „Männliches darf nicht unter einen weiblichen Oberbegriff fallen. So lautet das oberste Gesetz patriarchaler Sprachen. Deshalb wird ein Mann, der Hebamme ist, Geburtshelfer genannt; sofort werden die entsprechenden Verordnungen umgeschrieben. Aber eine Frau, die zum Amtmann befördert werden soll, muß jahrelang im Rahmen des Männerapparats Justiz gegen die männliche Verwaltung prozessieren, bis ihr die Bezeichnung Amtfrau gewährt wird.“ (Pusch 1990: 35-36)

Weibliches darf also als Männliches bezeichnet werden – wenn zum Beispiel ein Zeitungsbild eine rein weibliche Gruppe zeigt, der Bildtext aber mit rein männlichen Bezeichnungen operiert (vgl. Müller-Gerbes/Werner 1993: 204). Diese optische Ausprägung des „Verschweigen(s) von Frauen“ – so der Vorwurf einer unserer Expertinnen an die Medien – spielt im Hörfunk zwar keine Rolle. Die „geheimnisvolle Fähigkeit männlicher Bezeichnungen, Frauen einzuschließen (und auszuschließen, wenn es um Privilegien geht)“ (Pusch 1990: 43) macht aber auch vor dem Radio nicht halt.

Die Expertinnen, die symmetrische Sprache als relevantes Kriterium nennen, sind sich der damit verbundenen Schwierigkeiten durchaus bewusst (Werner/Rinsdorf 1998: 63): Konstruktionen wie das Binnen-I stellen für den Hörfunk ohnehin keine praktikable Lösung dar – auch wenn Carmen Thomas es on air bereits benutzt hat (dass es sich um ein großes statt um ein kleines I handelt, wird durch eine kurze Sprechpause angedeutet: „Lehrer…Innen“). Auch die gesonderte Nennung von Akteuren und Akteurinnen könne „verkrampft“ wirken.

Nichtsdestoweniger seien Journalistinnen und Journalisten aufgefordert, nach Lösungen zu suchen. Denn mitmeinende Sprache bewirke, „dass in unseren Köpfen nur Manns-Bilder auftauchen, wenn von ‚Arbeitern‘, ‚Dichtern‘, ‚Studenten‘, ‚Rentnern‘ oder ‚Ärzten‘ die Rede ist, auch wenn jene ‚Rentner‘ oder ‚Ärzte‘ in Wirklichkeit überwiegend Ärztinnen oder Rentnerinnen waren.“ (Pusch 1990: 85-86) Pusch – und andere Linguistinnen und Kommunikationswissenschaftlerinnen – propagieren daher, Frauen sprachlich sichtbar zu machen, um „den Prozeß der Ausdehnung weiblichen Terrains im allgemeinen Bewußtsein“ zu beschleunigen:

„Je mehr maskuline Formen wir aber benutzen, desto mehr schreiben wir den Status Quo fest“ (Pusch 1990: 40).

Wie wenig „mitgemeint“ Frauen in aller Regel tatsächlich sind, zeigen zahlreiche Exempel aus der Sprachpraxis: Ex-Bundeskanzler Helmut Kohl beispielsweise begann beim CDU-Parteitag am 18.5.1998 seine Beschreibung mittelständischer Unternehmer (und Unternehmerinnen) mit den Worten „Der Mittelständler…“ – selbstverständlich spricht er auch über Frauen, wenden nun Kritiker (und Kritikerinnen) feministischer Sprachkritik ein. Wenn dem so wäre, könnte der Satz also weiter lauten „… ist eine Person, die…“ oder „… ist ein Mensch, der…“ oder auch „… ist jemand, der…“ (darüber, dass das Wörtchen „der“ recht eindeutig auf ein männliches Objekt verweist, will ich an dieser Stelle gar nicht weiter räsonnieren). Was Helmut Kohl dem Volk aber mitteilen will, ist Folgendes: „Der Mittelständler ist ein Mann, der …“ mehr oder weniger sämtliche als deutsch gepriesenen Tugenden in sich vereine. Mitgemeint ist also in Wahrheit niemand. Insofern wäre es auch korrekter, von geschlechtsverschleiernder Sprache zu reden.

Eine rundfunkspezifische Besonderheit ist die direkte Ansprache von HörerInnen. Zwar ist es in der Regel verpönt, sich an die ‚lieben Hörerinnen und Hörer’ zu wenden – Beispiele für direkte Ansprache sind aber durchaus zu finden. Interessant ist dabei, wie das Publikum durch die ModeratorIn konstruiert wird: Welches Bild von denen, die ihm zuhören, baut sich vor dem geistigen Auge eines Moderators auf (oder einer Moderatorin)? An zwei instruktiven Beispielen will ich verdeutlichen, was es mit der Konstruktion des Publikums in diesem Kontext auf sich hat:

- Einen Beitrag über ein antiquarisches Gewehr beendet der Moderator mit dem Satz: „Und wenn Sie dann mal so richtig Beziehungsstress haben, dann können Sie ja auch einen Urenkel dieser schönen alten Waffe nehmen und auf Ihre Freundin anlegen.“ (Moderationsbeispiel aus dem Lokalfunk präsentiert von Rita Polm / Claudia Fischer für den Workshop ‚Unüberhörbar! Wie kommen Frauen ins Radio?’ am 8.6.1997 auf dem Kölner Medienforum)
- Einen Beitrag über eine ‚Autoflirt’-Website kündigt 1live-Moderator Kena Amoa mit den Worten an: „Wenn ihr immer schon mal wissen wolltet, wie ihr die tolle Frau, die euch an der Ampel zugelächelt hat, wiederfindet, hört euch …“ [den folgenden Beitrag an; PW] (1live, 19.1.2000)

Beide Formulierungen haben gemeinsam, dass der Moderator durch die Ansprache ein rein männliches Publikum konstruiert – zumindest aber nur den männlichen (und heterosexuellen, muss man hinzufügen) Teil seines Publikums anspricht. Ein Programm, das zur Verwirklichung von Gleichberechtigung beitragen will, kann mit dem sprachlichen Sichtbar-Machen von Frauen mittels symmetrischer Formulierungen durchaus Pluspunkte sammeln.

1.4.4.3 Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen

Menschen sprechen im Radio nicht nur übereinander, sondern auch miteinander – wenn auch die dialogorientierten Beitragsformen keine allzu große Rolle spielen.

Nichtsdestoweniger will ich kurz auf die Frage eingehen, ob Männer und Frauen ein abweichendes Kommunikationsverhalten an den Tag legen. „Männliches" bzw. „weibliches" Kommunikationsverhalten verstehe ich hier nicht als statische Größen, sondern als „idealtypisch verkürzte Kategorien" (Kotthoff 1993: 92): Frauen können sich ebenso selbstverständlich eines als männlich apostrophierten Kommunikationsverhaltens befleißigen wie Männer sich eines weiblichen: „Kommunikationsstile determinieren das Verhalten von Männern und Frauen nicht und enthalten die Möglichkeit von Grenzüberschreitungen." (Klaus 1998: 44)

Ich referiere hier ausschließlich solche Untersuchungsergebnisse, die sich direkt auf Forschung im Hörfunk beziehen lassen – geschlechtsdifferente Gestik, wie sie beispielsweise in Fernsehrunden beobachtet wurde (vgl. exemplarisch Trömel-Plötz 1985b: 9), wird hier nicht erörtert.

Der Stand der Forschung lässt sich nicht auf einen kurzen Nenner bringen. Während verschiedene Wissenschaftlerinnen sowohl bei der Analyse von Fernsehdiskussionen als auch bei der Beobachtung alltäglicher Gesprächssituationen bei Frauen einen „kooperativen Gesprächsstil" (Schmidt 1988; zit. nach Connemann 1992: 19-20; vgl. auch Holmes 1996, Trömel-Plötz 1996) erkennen wollen, stellen andere diese Ergebnisse in Frage.

Schmidt nennt mehrere Indikatoren für ein kooperatives Verhalten von Frauen, die sie in ihrem Datensample belegt hat: Frauen hören zunächst aufmerksamer zu, häufiger als Männer beziehen sie sich auf die vorangegangenen Redebeiträge. Zudem knüpfen sie eher inhaltlich an vorangegangene Beiträge an, Männer eher formal: „Die bezugherstellende Funktion der einleitenden Partikeln wird von Männern ausgenutzt, um trotz geringer Responsivität noch eine gewisse Kooperativität zu wahren." (ref. nach Schnyder 1997: 19) Frauen stellen mehr Problematisierungsfragen, die zu einer gemeinsamen Erarbeitung des im Fokus stehenden Themas führen. Durch bestimmte Worte oder Satzteile schränken sie ihre eigenen Behauptungen teilweise ein – und stellen sie damit der Diskussion. In ausschließlich mit Männern besetzten Gruppen lief die Diskussion dagegen eher monologisch ab. Schmidt schließt mit der „Feststellung, dass dominantes Verhalten der Männer nicht unbedingt eine bewußte Unterdrückung bedeuten muß und oftmals nur deshalb erfolgreich ist, weil es von den Sprecherinnen akzeptiert wird" (Connemann 1992: 22).

Wie auch Schmidt schon andeutet, sprechen Frauen nicht nur anders – sie hören auch anders zu, nämlich ‚aktiver': Höreraktivitäten wie beispielsweise das Bestätigen durch ein gemurmeltes ‚mhm' kamen in Schnyders Untersuchungsmaterial signifikant häufiger von Frauen. In Männerrunden zählte sie durchschnittlich zwei Höreraktivitäten pro Sprecher, in gemischten Runden 15 und in Frauenrunden 42 Hörerinnenaktivitäten pro Sprecherin (Schnyder 1997: 128).

Als spezifische Qualität des Kommunikationsverhaltens von Moderatorinnen nennt Böhm ihre größere Sensibilität: „… durch nonverbale und verbale Affirmation vermitteln sie einem Gesprächspartner Sicherheit" (Böhm 1995: 25). Sendemitschnitte zeigten, dass sie sich besser (d.h.: für den Gesprächsverlauf effektiver) auf Sprechhemmungen und Ängste eines Interviewpartners oder einer -partnerin einstellen könnten: Moderatorinnen ändern ihr Sprechverhalten, wechseln die Sprachebene – beispielsweise Umgangssprache – oder intonieren anders. Kurz: Sie stellen „den perlokutionären Aspekt des Sprechakts" in den Vordergrund. Moderatoren dagegen reagierten eher, in dem sie den thematischen Kontext verließen, um Lockerheit und Sicherheit zu erzeugen: „Sie neigen zur illokutionären Verschiebung." (Böhm 1995: 25)

Auch Connemann konstatiert die Dialogorientierung von Frauen. Als Indikator für dialogorientiertes Verhalten von Sprecherinnen wird in verschiedenen Untersuchungen das Unterbrechverhalten genannt (vgl. Schnyder 1997: 58). In Connemanns Stichprobe unterbrechen die Frauen den Moderator oder die Moderatorin weit seltener als die Männer es tun (Connemann 1992: 61-62). Und wenn sie unterbrechen, so beziehen sie sich häufiger als Männer auf die vom Vorredner oder der Vorrednerin genannten Informationen (Schnyder 1997: 171). Kotthoff beschreibt dieses Verhalten auch als themen- und partnerzentriert und als „wenig auftrumpfend" (Kotthoff 1993: 92). Wobei Susanne Becker in ihren Ansätzen zu einer inhaltlichen Beschreibung von Unterbrechungen herausarbeitet, dass Unterbrechungen nicht zwangsweise negativ bewertet werden müssen, sondern auch dem Sprecherwechsel dienen bzw. ihn einleiten können (Schnyder verweist in diesem Zusammenhang auf ein „kollektives Rederecht", das sich häufig in rein mit Frauen besetzten Gruppen zeige; 1997: 172): „Die Problematik der Unterbrechung in öffentlichen Gesprächen liegt darin, dass die Frage, wie die Unterbrechung einzuordnen ist, ob sie gesprächsförderlich oder hinderlich ist, noch nicht geklärt ist." (Becker 1995: 13) Unterbrechungen können – zunächst ohne weitere Bewertung – in der Programmanalyse erfasst werden.

„Falls die Qualität der moderierenden Männer und Frauen von der Fähigkeit abhängt, zuhören zu können, Gesprächspartner aktiv zu stützen, ohne zu stören, den Gesprächspartner zum Reden zu bringen und diesen reden zu lassen, so müßte

man die moderierenden Frauen (in den untersuchten Gesprächen) für geeigneter halten.“ (Schnyder 1997: 137)

Gräßel hingegen fand diesen geschlechtsdifferenten Stil in ihrer breit angelegten Talkshow-Analyse zwar in Ansätzen bestätigt – sie stellte allerdings vorwiegend Unterschiede im Gesprächsverhalten von statushohen und statusniedrigen Personen fest (Gräßel 1991: 221). „Daraus kann und darf allerdings keinesfalls geschlossen werden, das Geschlecht der Teilnehmer/innen wäre unwichtig. Unterschiede im Sprachverhalten von Männern und Frauen sind vorhanden, und zwar in einer so großen Zahl, dass sie nicht übergangen werden können.“ (Gräßel 1991: 283)

1.4.4.4 Zusammenfassung: Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Zwei Themen beherrschen die Diskussion der Expertinnen und die Literatur um die sprachliche Dimension eines Programms: sexistische Sprache und das Sichtbar-Machen von Frauen in den Formulierungen, die über den Äther gehen. Diese beiden Indikatoren für die gleichstellungsspezifische Qualität eines Senders werden in der Programmanalyse beleuchtet (vgl. hierzu auch die Zusammenfassung der Untersuchungsfragen in Kap. 1.5).

Das Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen wird dagegen in den kommenden empirischen Schritten nur eine untergeordnete Rolle spielen; es lässt sich naturgemäß lediglich in dialogorientierten Programmelementen überhaupt beobachten.

1.5 Zusammenfassung: Untersuchungsfelder

- Quantitative,
- qualitative,
- thematische und
- sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

haben sich in der Literaturanalyse und der Expertinnen-Befragung von Werner/Rinsdorf als tragfähige Indikatoren für die gleichstellungsspezifische Programmleistung von Rundfunksendern herauskristallisiert. Diese Indikatoren werden die konkrete Ausgestaltung der empirischen Analyseschritte prägen. Dabei messe ich den vier Untersuchungsfeldern unterschiedliches Gewicht bei:

Der quantitative, rein zahlenmäßige Anteil von Journalistinnen und Akteurinnen im Programm zählt inhaltlich zwar nicht zu den zentralen Indikatoren, stellt aber andererseits die formale Basis für die übrigen Punkte dar: dass Frauen überhaupt in angemessenem Umfang im Programm auftauchen, ist eine nützliche Voraussetzung dafür, dass ein Programm einen Beitrag zur Gleichberechtigung leisten kann. Auch die sprachliche Dimension wird bei der Bewertung der Ergebnisse eher untergeordneten Charakter haben. Zwar halte ich das Vermeiden von sexistischer Sprache on air für eine absolute Mindestanforderung an gleichberechtigungsfördernde Programme, symmetrische Sprache hingegen stellt eher eine ‚Zusatzleistung' dar. Zentral sind somit vor allem die qualitative und die thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm.

Die vergleichende Analyse von privaten Lokalfunk- und öffentlich-rechtlichen WDR-Programmen soll im Einzelnen folgende Fragen beantworten:

Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

- Wie viele Frauen und Männer kommen in den Programmen vor – als ModeratorInnen, JournalistInnen und als medienexterne AkteurInnen?
- Welche Programmelemente (z.B. Nachrichten) werden unter-/überdurchschnittlich von Journalistinnen präsentiert?
- Welche Themen werden unter-/überdurchschnittlich von Journalistinnen präsentiert?
- Wie viele AkteurInnen kommen in O-Tönen oder Interviews zu Wort, wie viele werden erwähnt?

Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

- Welche Statusgruppen werden unter-/überdurchschnittlich von Akteurinnen repräsentiert?

- Welche Frauen- bzw. Männerbilder vermitteln die Programme? Werden die AkteurInnen geschlechtsstereotyp gezeichnet?

Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm

- Wie viele Beiträge beschäftigen sich speziell mit gleichstellungsrelevanten Fragen – und wie werden diese Fragen thematisiert?
- In welche thematischen Kontexte werden die AkteurInnen in der Berichterstattung gestellt?
- Wie viele und welche Themen werden aus einer geschlechtsbewussten Perspektive beleuchtet?

Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

- Sind in den untersuchten Programmen Elemente sexistischer Sprache zu hören? Wer nutzt diese Sprache?
- Sind Versuche zu erkennen, Frauen und Männer in der Radiosprache sichtbar bzw. hörbar zu machen? Wer unternimmt diese Versuche?
- Sind geschlechtsdifferenter Sprach- und Kommunikationsstil bei JournalistInnen bzw. AkteurInnen zu erkennen?

Quer zu diesen Dimensionen liegt die Frage, welchen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung Sendungen leisten, die sich speziell an Frauen richten und welche Konzeption eines gleichstellungsfördernden Programms diesen Frauensendungen zugrunde liegt.

2 Untersuchungsgegenstand: Die Radioprogramme in NRW

Vor dem Beginn der empirischen Analyse will ich die Programme bzw. Sender, die auf den folgenden Seiten im Scheinwerferlicht stehen werden, kurz beschreiben, und die Auswahl der untersuchten Programme begründen. Einen Abschnitt widme ich der Personalsituation in den Sendern.

2.1 Die öffentlich-rechtlichen und privaten Programme in Nordrhein-Westfalen

Der nordrhein-westfälische Ableger des ‚dualen Systems' feierte im April 2000 seinen zehnten Geburtstag: Radio Duisburg ging als erster Lokalsender nach dem nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell am 1. April 1990 auf Sendung; seitdem machten 45 weitere Sender ihren ersten Schritt ‚on air'. Damit gibt es in Nordrhein-Westfalen neben den fünf Wellen des Westdeutschen Rundfunks flächendeckenden Lokalfunk – und natürlich können zahllose weitere Radioprogramme empfangen werden, die aber nicht der nordrhein-westfälischen Mediengesetzgebung unterliegen.

Die ‚Privaten' machen täglich zwischen fünf und acht Stunden eigenes, lokales Programm und klinken sich in den restlichen Stunden in das Mantelprogramm von radio NRW ein. Eine Ausnahme machen Antenne Aachen 100,eins und Radio Aachen; von der Aufsicht führenden Landesanstalt für Rundfunk wird die tägliche Sendezeit dieser beiden Programme mit 24 Stunden angegeben (www.lfr.de).

Die Reichweiten-Untersuchungen der vergangenen Jahre konstatierten – nach Einbußen durch den Start von 1live – „Stabilisierung, aber keine Entwarnung", sahen den Lokalfunk danach „im Aufwind" und mittlerweile „auf Erfolgskurs" (vgl. Pressemitteilungen der LfR zu den EMA-Ergebnissen vom 1.4.1998, 13.4.1999 und 23.8.1999; Pressemitteilungen sind im Literaturverzeichnis nicht eigens ausgewiesen). Laut EMA 99/00 I hören an einem durchschnittlichen Werktag 28 Prozent der Nordrhein-Westfalen oder -Westfälinnen eines der 46 lokalen Programme (‚Hörer gestern' (Mo. – Fr.); vgl. Pressemitteilung der LfR vom 23.8.1999). Damit hat der Lokalfunk landesweit mehr HörerInnen als jedes einzelne der WDR-Programme.

Für das ‚Klassenziel' ist aber nicht nur das absolute Ergebnis von Bedeutung, sondern auch die erreichte Zielgruppenreichweite (vgl. Abb. 9 auf der nächsten Seite). Das Publikum, das der Lokalfunk anpeilt, ist zwischen 14 und 49 Jahre alt. De facto hat der Lokalfunk seine größeren Reichweiten allerdings in der oberen Hälfte die-

ser Altersspanne, bei den unter 20-Jährigen kommt er gerade mal auf den Wert 20,4 (im Vorgriff auf die Darstellung der WDR-Reichweiten: 1live liegt hier bei 49,4; die Zielgruppenreichweiten habe ich der EMA 1998 entnommen, da mir für die aktuelleren EMA-Wellen keine Aufsplittungen vorliegen).

Zielgruppenreichweiten des Lokalfunks **Abb. 9**

Reichweite	gesamt	Männer	Frauen	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Lokalfunk	24,1	24,5	23,8	25,6	34	16,1

Reichweite: Hörer gestern (Mo-Fr); Quelle: EMA 1998: 22

Die erzielten Reichweiten sind natürlich von Sender zu Sender recht unterschiedlich: Seit Jahren unter den ‚Top Five' ist Radio Lippe-Welle Hamm; ebenfalls auf den vorderen Plätzen rangieren Hellweg Radio, Radio Siegen, Radio RSG, Radio 90,1 und Westmünsterlandwelle; jüngst ‚aufgestiegen' sind Radio Leverkusen und Radio Gütersloh (laut EMA 98/99 II alle mit über 30 % ‚Hörern gestern'; vgl. Pressemitteilung der LfR vom 13.4.1999). Schlusslichter sind Antenne Ruhr und Ruhrwelle Bochum mit um die 13 Prozent.

Der heutige Zuschnitt der WDR-Programme ist (auch) als Antwort auf die Einführung des privaten Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen zu verstehen. In der ersten Hälfte der 90er Jahre waren die Reichweitendaten für die WDR-Oberen kein rechter Grund zur Freude mehr: WDR4 und WDR1 – zu der Zeit ohnehin bei nur rund fünf Prozent – verloren Publikum, die zweite WDR-Welle konnte ihren Anteil in etwa halten (Landesanstalt für Rundfunk 1996: 28). Daher wurde die große Programmreform ersonnen.

Insgesamt produziert der Westdeutsche Rundfunk in Köln fünf landesweit empfangbare Programme:

- 1live, die – so O-Ton Medium Magazin – „erfrischend-freche" Jugendwelle des WDR (Langer/Prothmann 1998: 36), die in der Eigenwerbung „kein Wort zuviel, kein Fakt zuwenig" verspricht;
- WDR2, die aktuelle Informationswelle, die sich ihren Hörerinnen und Hörern als „Fitneßwelle für Ihre kleinen grauen Zellen" anpreist;
- WDR3, das Kulturradio mit hohen journalistischen Anteilen – ein „Qualitätsprogramm für Wählerische", so die Außendarstellung;
- WDR4, das Unterhaltungsprogramm mit populär-volkstümlicher Note („einschalten und sich wohlfühlen") und
- Radio5, zunächst als „reinrassiges" Wortprogramm (Langer/Prothmann 1998: 36) mit Sendeplätzen für Regionales und Wiederholungen konzipiert.

Seit 1999 sendet außerdem ‚Funkhaus Europa' auf einer eigenen Welle. Die drei massenattraktiven Programme 1live, WDR2 und WDR4 pendeln sich bei rund 20 Prozent ‚Hörern gestern' ein (vgl. Pressemitteilung der LfR vom 23.8.1999). WDR3

und Radio5 werden meist nicht einzeln ausgewiesen; in der EMA 1998 liegen sie je bei rund zwei Prozent (s.u.).

Zielgruppenreichweiten der WDR-Programme **Abb. 10**

Sender	gesamt	Männer	Frauen	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
1live	18,3	20,8	16,1	44,7	21,9	3
WDR2	18,5	21,3	16	10,7	24,9	17,5
WDR3	2,9	2,8	2,9	1,2	1,9	4,4
WDR4	25,5	21,7	29	3,7	15	43,7
Radio5	1,3	1,2	1,4	0,4	0,8	2,1

Reichweite: Hörer gestern (Mo-Fr); Quelle: EMA 1998: 22

1live, WDR2 und WDR4 richten sich an nahezu komplett unterschiedliche Publika (vgl. Abb. 10). In den Altersgruppen, die auch vom Lokalfunk bedient werden, sind 1live und WDR2 besonders stark; WDR4 wird dagegen vor allem von den über 50-Jährigen gehört. Geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Nutzung der WDR-Programme sind aus den EMA-Daten durchaus herauszulesen: Die Stationstasten von 1live und WDR2 werden häufiger von Männern gedrückt. Der ‚Frauensender' des WDR scheint dagegen das vierte Programm zu sein: Hier überwiegen die Hörerinnen – was zumindest teilweise ein Effekt der Altersstruktur der verschiedenen Publikumssegmente ist: Für die Jugendlichen bis 29 Jahre ist 1live offenbar genau das, was WDR4 für das Publikum ab 50 Jahre ist – und in diesen älteren Jahrgängen sind Frauen überrepräsentiert (vgl. Media Perspektiven Basisdaten 1999: 88). Im Prinzip hören Männer und Frauen etwa gleich viel Radio: „Mehr als 80 Prozent der Männer und der Frauen schalten täglich das Radio ein, innerhalb von zwei Wochen haben 94,3 Prozent der Männer und 93,1 Prozent der Frauen Kontakt mit dem Medium." (van Eimeren/Oehmichen 1999: 187) Frauen lassen das Radio allerdings etwas länger eingeschaltet, nämlich rund drei Stunden, Männer hören etwa 20 Minuten weniger (Klingler/Schaack 1999: 512). In den oberen Alterssegmenten sind Frauen besonders in den Vormittagsstunden stark vor den Lautsprechern vertreten; für jüngere Altersgruppen trifft das aber nicht mehr zu (van Eimeren/Oehmichen 1999: 188). In den von Lokalfunk, 1live und WDR2 anvisierten Zielgruppen gleichen sich Radionutzungsmuster also zunehmend an, im WDR4-Publikum sind dagegen geschlechtsspezifische Nutzungsmuster durchaus noch erkennbar.

Musik- / Wortanteile der WDR-Programme **Abb. 11**

%	1live	WDR2	WDR3	WDR4	Radio5
Musikanteil	65,4	53,7	82,3	92,9	18,9
Wortanteil	32,4	43,9	17,7	6,1	81,1

Quelle: ARD-Jahrbuch 1997: 349; die Statistik weist die an 100 fehlenden Prozent als Werbefunk aus.

Die Anteile von Wort und Musik differieren innerhalb der verschiedenen WDR-Programme beträchtlich (vgl. Abb. 11): Radio5 hat den höchsten Wortanteil, WDR4 den niedrigsten. 1live und WDR2 liegen dazwischen – und rangieren etwa auf einer Höhe mit dem Lokalfunk (vgl. Landesanstalt für Rundfunk 1996: 17).

2.2 Zur Auswahl der Programme für die empirische Analyse

Die Seite des privaten Rundfunks wird in dieser Untersuchung durch die 46 Lokalstationen vertreten, die in Nordrhein-Westfalen senden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird durch die Programme 1live und WDR2 vertreten. Für diese Auswahl waren drei Kriterien maßgeblich:

- 1live und WDR2 sind – neben WDR4 – die reichweitenstärksten WDR-Programme. Von der Verbreitung und der Bekanntheit sind sie am ehesten mit dem Lokalfunk vergleichbar. Davon abgesehen ist für mich vor allem relevant, was der WDR in seinen massenattraktiven Programmen in Sachen Gleichberechtigung leistet – also in den Programmen und zu den Zeiten, wo tatsächlich Radio gehört wird.
- 1live und WDR2 bedienen in etwa die gleiche Klientel wie der Lokalfunk; die Programme stehen in direkter Konkurrenz.
- 1live und WDR2 sind vom Programmformat her am ehesten mit dem Lokalfunk vergleichbar (vgl. dazu ausführlich 2.3). Das Format von WDR4 fällt dagegen recht deutlich aus dem Rahmen. Der Wortanteil ist ausgesprochen gering; die Musikfarbe bedient mit so genannten Evergreens und „melodischen Poptönen“ (Langer/Prothmann 1998: 36) in erster Linie den Musikgeschmack der über 50-Jährigen.

2.3 Die Formate der untersuchten Progamme

Die drei Programme (bzw. Programmgruppen), die in dieser Untersuchung auf dem Prüfstand stehen, repräsentieren drei unterschiedliche Formate. Formatprägende Elemente sind Musikfarbe, Wort-Musik-Verhältnis, Anteile an Information und Nachrichten bzw. Werbung und die Art der Moderation (zur Definition von Formatradio vgl. Prüfig 1993). Zentrales Differenzierungsmerkmal ist die Musikfarbe, denn die meisten RadiohörerInnen entscheiden sich allein wegen der gespielten Musikfarbe für oder gegen einen Sender (Prüfig gibt einen Überblick über empirische Untersuchungen, die die Aussage stützen, Prüfig 1993: 14; vgl. auch Landesanstalt für Rundfunk 1995: 75). Eine kurze Schilderung der Eckdaten soll einen ersten Eindruck von den Programmen vermitteln.

1live

1live ist die Antwort des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf die Abwanderungstendenzen in Richtung Lokalfunk: Nachdem die Privaten gestartet waren, erreichten sie schnell mehr HörerInnen unter 30 Jahren als sämtliche WDR-Programme zusammen (Baars 1998: 70). WDR1 sollte zwar das junge Publikum bereits ansprechen, war aber noch recht halbherzig konzipiert. „Konsequente Entscheidung des WDR war daher, die Rückgewinnung junger Hörer zum strategischen Ziel mit höchster Priorität zu erklären." (Baars 1998: 71) Deswegen wurde WDR1 nicht etwa behutsam reformiert, sondern schlicht eingestellt.

1live „mit seiner einzigartigen Mischung aus jugendsspezifischer Ansprache, hohem Wortanteil, journalistischem Anspruch und Experimentierfreude wurde auf Anhieb ein Erfolg" (Langer/Prothmann 1998: 36). Die jugendspezifische Ansprache durch überwiegend junge (das heißt, der Zielgruppe gerade eben entwachsene) ModeratorInnen ist unbestritten: „Die Hörerschaft wird konsequent geduzt, umgangssprachliche Ausdrucksweisen und ein salopper und witziger Stil dominieren." (Volpers/Schnier 1996: 250) Der ‚hohe' Wortanteil beträgt (s.o.) laut ARD-Jahrbuch rund 32 Prozent – immerhin knapp 13 Prozent für politisches Wort (ARD-Jahrbuch 1998: 390). Volpers/Schnier dagegen haben einen Wortanteil von 24 Prozent ausgerechnet (1996: 251). Auch außerhalb der Nachrichten werden Informationen an die Zielgruppe vermittelt, wenn auch möglichst unauffällig verpackt und mit „unterhaltenden Stilelementen" getarnt: „Aus der Perspektive eines traditionellen Hörfunkverständnisses mag man diese Präsentationsform kritisieren; für ein formatiertes Begleitprogramm erscheint sie jedoch als ein sinnvolles Mittel, um einem jungen musikorientierten Auditorium – gegebenenfalls gegen dessen Erwartungshaltung – überhaupt Informationen anbieten zu können,

ohne einen Abschalt- oder Umschaltimpuls auszulösen.“ (Volpers/Schnier 1996: 253) Dass allerdings im 1live-Programm „auf für junge Leute interessante Angebote im Kultur-Einschaltprogramm Radio5“ (Baars 1998: 70) hingewiesen werde, halte ich – als regelmäßige 1live-Hörerin – schlicht für Schönfärberei.

1live setzt stark auf Publikumsbeteiligung und Interaktion mit den HörerInnen. Neben zahlreichen on-air-Aktionen ist 1live auch off air präsent – vor allem mit eigenen Parties und Konzertpräsentationen. Bereits im ersten Sendejahr habe es rund 70 solcher imagebildenden Aktionen gegeben (vgl. hierzu Volpers/Schnier 1996: 249-251).

Die 1live-Musik hat Nähe zum CHR-Format: Der Anteil der aktuellen Hits ist hoch; viele Titel werden häufig wiederholt (Contemporary Hit Radio; zur ‚heavy rotation‘ als Merkmal von CHR vgl. Prüfig 1993: 32). Abweichend von der strengen Formatierung sind viele musikalische ‚Sonderformen‘ zugelassen: Hardrock wird ebenso gespielt wie deutschsprachige Titel, Techno ebenso wie Grunge. „Nachts werden auf bestimmten Sendeplätzen verstärkt Musikrichtungen zu Gehör gebracht, die auf Minderheiteninteressen innerhalb einer jungen Hörerschaft abzielen.“ (Volpers/Schnier 1996: 250)

WDR2

Weniger auf Minderheiteninteressen denn auf den Mainstream setzt die Musikfarbe von WDR2 – näherungsweise als AC-Ableger zu betiteln (Adult Contemporary). Mit dieser Musikfarbe sollen vor allem 25- bis 49-Jährige angesprochen werden; die Grenzen zu anderen Altersgruppen sind jedoch recht fließend (vgl. Prüfig 1993: 31). AC ist eine Mischung aus (jüngeren) Oldies, aktuellen Hits und Hits der vergangenen fünf Jahre. Sowohl einzelne Titel wie auch musikalische Schwerpunkt-Sendungen verlassen jedoch den engen Format-Rahmen.

Nach der Programmreform hat WDR2 das Informationsangebot noch einmal erweitert: Weltnachrichten und Korrespondentenbeiträge gibt es in zusätzlichen Nachrichtenmagazinen um 6 und um 7 Uhr. Zur halben Stunde werden Kurznachrichten von den ModeratorInnen präsentiert. In der Abend-Prime-Time zwischen 17 und 19 Uhr läuft „Der Tag heute“ mit akutellen Reportagen und einem festen Kommentar-Sendeplatz. Die erste Stunde des Mittagsmagazins wurde zur reinen Wortstrecke umfunktioniert, in der zweiten Stunde blieb das Magazinformat mit Musik erhalten (ARD-Jahrbuch 1997: 177-178).

Dieser hohe Informationsanteil zeigt sich auch in der Statistik: 44 Prozent der Sendezeit entfallen auf redaktionelles Wort, diese setzen sich zusammen aus 26 Prozent Politik, 12 Prozent Magazinen und 3 Prozent Sport (ARD-Jahrbuch 1998: 390). Die

Anteile von Kultur, Bildung, Unterhaltung und allem übrigen sind dagegen marginal. Wie 1live ist auch WDR2 als Begleitprogramm konzipiert und nicht als Einschaltprogramm. Zentral für das WDR2-Konzept ist die Service-Idee, die sich in Verkehrsnachrichten und Wettervorschauen ebenso niederschlägt wie in Verbraucher-Sendungen.

Lokalfunk

Der private Rundfunk in Nordrhein-Westfalen ist von den GesetzgeberInnen explizit als lokaler Rundfunk konzipiert – auf Basis der „scheinbar selbstverständliche<n; PW> Erwartung, daß die Attraktivität der örtlichen Stationen vor allem in ihrem lokalen Informationsangebot begründet sei" (Kliment 1996: 499). Mindestens fünf Stunden Programm werden daher täglich von den Lokalstationen ins Land gefunkt, ‚lokal' ist dieses Programm aber nur in Maßen: Gerechnet auf die gesamte Sendezeit werden gut 63 Prozent der Zeit mit Musik gefüllt (zu dieser und den folgenden Angaben zur Programmstruktur vgl. Landesanstalt für Rundfunk 1996: 24-25) – pro Stunde sind das rund 38 Minuten. Auch für den Lokalfunk gilt die Formatvorgabe AC.

Das redaktionelle Wort (ohne Werbung) macht knapp ein Viertel der Sendezeit aus, also etwa 15 Minuten. In gut der Hälfte der redaktionellen Wortelemente – so hat die LfR beobachtet – gibt es einen Lokalbezug. Das heißt, pro Stunde werden etwa acht Minuten mit ‚lokalem Wort' gefüllt. Sind es diese acht Minuten, die die Lokalfunk-HörerInnen zum Einschalten ihres Radios bewegen? Kliment zieht das in Zweifel: Der Lokalfunk bediene „weniger als vielfach unterstellt" besondere lokale Interessen seines Publikums, sondern befriedige vielmehr allgemeine Ansprüche an das Radio auf eine massenattraktive Weise. „Lokales figuriert als gern genommene Beigabe neben anderen Radiofunktionen und wird insbesondere im Kontext einer Unterhaltungs- und Serviceorientierung rezipiert." (Kliment 1996: 499)

Die drei untersuchten Programme funken zwar nicht alle auf einer ‚Wellenlänge', aber sie sind alle drei als Service- und Begleitprogramme mit vergleichsweise hohem Musikanteil, unterhaltungsorientierter Formatierung des Informationsangebots (bei WDR2 weniger als bei 1live oder Lokalfunk) und wenig bis mittelmäßig stark ausgeprägtem Lokalbezug.

2.4 Zur Personalsituation der untersuchten Sender

Zwar spielt die Personalsituation im WDR bzw. in den Lokalsendern in dieser Untersuchung keine Schlüsselrolle; ein Aspekt kann jedoch im Hinblick auf die Untersuchungsfrage durchaus von Bedeutung sein: nämlich die Frage, ob hinter den Programmen mehrheitlich Männer oder Frauen stehen. Die personelle Besetzung der Redaktionen fällt zwar nicht unter den gleichstellungsspezifischen Programmauftrag, aber sie hat natürlich einen (wie auch immer gearteten) Einfluss auf das Produkt, das Programm.

Ich will hier nicht die Frage nach einem ‚weiblichen Journalismus' stellen – in unterschiedlichen quantitiven Untersuchungen konnte bereits belegt werden, dass ein ‚weiblicher Journalismus' zumindest so nicht zu erfassen ist (vgl. den Überblick in Klaus 1998: 190-211). Auf einer weit weniger subtilen Ebene macht sich die personelle Besetzung jedoch auf jeden Fall im Programm bemerkbar, nämlich stimmlich.

Was hat die nordrhein-westfälische Radiolandschaft unter diesem Aspekt zu bieten? Beim WDR lässt sich in den vergangenen Jahren ein deutlicher ‚Trend zu Frauen in Führungspositionen' erkennen, auch im Hörfunk. Im WDR stieg der Frauenanteil in Leitungsfunktionen von etwa 7 Prozent in 1993 auf gut 14 Prozent 1997 (Pressemitteilung des WDR vom 16.4.1999). Monika Piel, zuvor Wellenchefin WDR2 und Chefredakteurin Hörfunk, ist seit 1998 Leiterin der Hörfunkdirektion (vgl. Langer/Prothmann 1998: 32). Helga Kirchner ist seit Anfang 2000 Chefredakteurin Hörfunk und Leiterin des Programmbereichs Politik (Pressemitteilung des WDR vom 27.10.1999). Bei 1live hat dieser Trend allerdings noch nicht gegriffen: Seit der Gründung fungierte Gerald Baars als Wellenchef, der mittlerweile von seinem Stellvertreter Jochen Rausch abgelöst wurde (Pressemitteilung des WDR vom 17.9.1999).

Bei den Privatradios zeigen sich die Trends, die sich auch allgemein auf dem journalistischen Arbeitsmarkt erkennen lassen, wie unter dem Vergrößerungsglas: Der Anteil der Frauen an den Beschäftigten steigt (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 114); Fröhlich/Holtz-Bacha räumen Frauen bei den Privatradios gar „die besten Chancen" bei der Jobsuche ein (Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a: 39). Ist der Lokalfunk also das ‚Eldorado' für Frauen im Journalismus? Klaus führt die (im Sinn der Untersuchungsfrage) positiven Entwicklungen der vergangenen Jahre zum Teil auf Umstrukturierungsprozesse im Journalismus und eine hierdurch erfolgte Öffnung des journalistischen Arbeitsmarktes zurück: „Da diese Prozesse heute weitgehend abgeschlossen sind, ist in Zukunft eher von einer Stagnation des Frauenanteils auszugehen." (Klaus 1998: 157) Bezogen auf Nordrhein-Westfalen bedeutet das: Insbesondere im Lokalfunk wurden innerhalb kürzester Zeit (vor allem in den Jahren

1990 bis 1993) recht viele Arbeitskräfte gebraucht; entsprechend qualifiziertes Personal stand nicht in ausreichener Zahl zur Verfügung (Rager/Werner/Weber 1992: 83). Allgemein lässt sich beobachten, dass in solchen ‚Notlagen' Frauen verstärkt zum Zuge kommen. Die im Vergleich zu übrigen Medienbranchen deutlich schlechtere Gehaltsstruktur im Privatfunk trägt sicherlich zu dieser Entwicklung bei.

Für die Untersuchung ist ein detaillierter Vergleich zwischen Lokalfunk, 1live und WDR2 interessant. Dabei sind nicht die aktuellsten Daten relevant, sondern die Daten, die den Personalstand zum jeweiligen Zeitpunkt der Stichprobenziehung beleuchten.

Anteile der Frauen in den Redaktionen **Abb. 12**

Daten zum Beschäftigungsstand in den Lokalfunk-Redaktionen wurden für die Lokalfunk-Studie von Werner/Rinsdorf 1995 erhoben: In einer Faxbefragung gaben 38 von 45 ChefredakteurInnen Auskunft über Zahl und Geschlecht ihrer MitarbeiterInnen (vgl. hierzu Werner/Rinsdorf 1998: 112-114). Auf den ersten Blick sind die Arbeitsplätze im Lokalfunk fast paritätisch mit Männern und Frauen besetzt: 51 Prozent männlichen Mitarbeitern stehen 49 Prozent weibliche gegenüber.

Damit steht der heimische Lokalfunk im Vergleich mit den übrigen Bundesländern nicht schlecht da: Werden Redaktionsassistentinnen und -assistenten herausgerechnet, so ergibt sich für Nordrhein-Westfalen ein Frauenanteil von 42 Prozent – gegenüber einem Anteil von 38 Prozent über alle privaten Hörfunkstationen in Deutschland (Weischenberg/Löffelholz/Scholl 1993: 27).

Hinter den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Nordrhein-Westfalen müssen sich die Lokalsender mit diesem Frauenanteil auch nicht verstecken: Was die Ebene der RedakteurInnen angeht, liegt der Lokalfunk zwischen 1live und WDR2. Interessant ist das Verhältnis von ‚einfachen' RedakteurInnen zu RedakteurInnen ‚mit besonderen Aufgaben' im WDR: In der 1live-Redaktion arbeiten neun RedakteurInnen mit besonderen Aufgaben sowie 15 RedakteurInnen. In beiden Gruppen sind fast genau so viele Frauen wie Männer beschäftigt. Bei WDR2 stehen in der Gruppe

der RedakteurInnen mit besonderen Aufgaben sieben Frauen 22 Männern gegenüber. Bei den zehn WDR2-RedakteurInnen ist das Geschlechter-Verhältnis ausgeglichen.

Auf der Leitungsebene hat der Lokalfunk zwar nicht viel, aber doch erheblich mehr zu bieten als 1live und WDR2: In den beiden Wellenredaktionen des WDR hat jeweils ein Mann die Gesamtleitung. Bei 1live gibt es zusätzlich einen Abteilungsleiter; bei WDR2 sind acht AbteilungsleiterInnen beschäftigt, davon eine Frau. Immerhin 22 Prozent der Chefredaktionen im Lokalfunk sind dagegen mit Frauen besetzt.

Zwar sind Frauen damit auf den ‚oberen Etagen' des Lokalfunks etwas besser vertreten als bei 1live und WDR2 (wobei es hier natürlich eine weitaus differenzierte Führungsstruktur gibt); unterrepräsentiert bleiben sie allemal.

Die gleichstellungsspezifische ‚Ausgangsposition' der drei untersuchten Programme vor der Inhaltsanalyse nimmt sich also nicht viel: Der Anteil der Frauen an den RedakteurInnen liegt bei rund einem Drittel, geleitet wird der größte Teil der Redaktionen von Männern.

3 Anlage der Untersuchung

Die zentrale Frage dieser Arbeit ist, ob bzw. wie der gleichstellungsrelevante Programmauftrag in den Programmen von 1live und WDR2 einerseits und der lokalen Privatsender andererseits umgesetzt wird. Das geeignete Mittel, um diese Frage zu beantworten, ist eine Programmanalyse nach den in den vorhergehenden Abschnitten entwickelten Kriterien.

Die Programmanalyse besteht aus mehreren Modulen: Herzstück ist die vergleichende Analyse der redaktionellen Wortprogramme von 1live, WDR2 und Lokalfunk. Die Daten über die Lokalfunk-Programme wurden im Rahmen des Projekts 1996 erhoben; ich werte sie hier noch einmal detailliert aus und vergleiche die Ergebnisse mit denen der WDR-Analyse. Die WDR-Programme habe ich 1998 erhoben. Flankiert wird diese Untersuchung des redaktionellen Worts von insgesamt drei Sonderauswertungen – zur Werbung, zur Musik und zu Sendungen, die sich explizit (vorwiegend) an ein weibliches Publikum richten. Beim Lokalfunk sind das die Frauensendungen im Bürgerfunk, von WDR wird auf der Frequenz von radio5 das wöchentliche Magazin ‚abwasch' ausgestrahlt. Die Anlage dieser drei Sonderstudien erläutere ich jeweils in gesonderten Abschnitten.

3.1 Auswahl der untersuchten Beiträge

Die vorliegende Programmanalyse soll – wie jede andere wissenschaftliche Erhebungsmethode auch – ein möglichst detailliertes Bild des Untersuchungsgegenstands liefern. Andererseits sind die forschungsökonomischen Ressourcen begrenzt. Daher werden nur die Programme einer Woche näher untersucht. Um Sondereinflüssen auf die Programmgestaltung so weit wie möglich den Boden zu entziehen, wurde für die Analyse der Lokalfunk-Programme als Untersuchungszeitraum eine Woche ohne Feiertage ausgewählt: die Woche vom 8. bis 14. Januar 1996. In dieser Woche gab es weder außergewöhnliche Ereignisse, die die Berichterstattung dominierten, noch fiel eine wichtige gleichstellungspolitische Entscheidung – beides hätte die Ergebnisse verzerren können.

Die Lokalfunk-Analyse war als Totalerhebung angelegt. Daher wurden von allen 45 Lokalstationen (der 46. Sender, Radio Euskirchen, ging erst 1997 auf Sendung) und von radio NRW routinemäßig aufgenommene Mitschnitte der Untersuchungswoche angefordert. 41 Sender und radio NRW reichten Material ein, vier Sender schickten – trotz eines offiziellen Erinnerungsschreibens der LfR – keine Sendemitschnitte (diese Sender sind Radio Herne 90acht, Radio Hochstift, Radio EN und Antenne Niederrhein).

Für jeden der untersuchten Sender wurde ein ‚künstlicher Programmtag' zusammengestellt, d.h. pro Sender wurden acht vollständig dokumentierte Programmstunden aus der Untersuchungswoche in die Stichprobe aufgenommen. Sechs der acht Stunden lagen im Normalfall an verschiedenen Werktagen, je eine am Samstag bzw. Sonntag. Von Sendern, die besonders viel oder besonders wenig an Wochenenden senden, wurden entsprechend mehr bzw. entsprechend weniger Wochenendstunden untersucht. Entsprechend der längeren täglichen Sendezeit von radio NRW gingen 16 Stunden des Rahmenprogramms in die Analyse ein. Die Weltnachrichten zur vollen Stunde sind in die Stichprobe von radio NRW eingegangen, sie wurden nicht den Lokalsendern zugerechnet.

Die Werktage, aus denen die ausgewählten Programmstunden genommen wurden, wurden per Zufallsauswahl festgelegt. Für die Auswahl der Sendestunden galten die Kriterien,

- dass möglichst alle Sendungsformate berücksichtigt und
- innerhalb der Formate die jeweils reichweitenstärksten Stunden ausgewählt wurden.

Diese Kriterien sollen erstens sichern, dass innerhalb der Stichprobe die absolute Vielfalt der Inhalte und journalistischen Darstellungsformen in Ansätzen nachgezeichnet werden kann. Zweitens gilt wie bei der eben begründeten Auswahl der WDR-Programme auch hier die Argumentation, dass gleichstellungsspezifische Programmleistungen (und damit Leistungen, die der Erfüllung der gesetzlichen Auflagen dienen) nicht lediglich in vereinzelten Sendungen oder quasi unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfinden können – auch und gerade in den aktuellen, stark frequentierten Sendestunden muss die Programmnorm erfüllt werden. Basis der Reichweitendaten war die zum Zeitpunkt der Datensammlung aktuelle EMA 1995 (eine detaillierte Übersicht über die für die Stichprobe ausgewählten Stunden findet sich im Anhang; siehe Tabelle Senderauswahl).

In der Analyse detailliert erfasst wurden ausschließlich redaktionelle Wortbeiträge – beispielsweise Nachrichten oder gebaute Beiträge. Moderationsbeiträge wurden dann codiert, wenn es sich nicht um eine An- oder Abmoderation von Musiktiteln handelte. An- und Abmoderationen von Beiträgen gingen also ebenso in die Analyse ein wie Spielmoderationen und freie Moderationsbeiträge.

Die übrigen Programmelemente wie Wetterberichte, Verkehrshinweise, Jingles und Programmtrailer wurden – wie auch die Musikmoderationen – nur dann erfasst, wenn sie im Sinne der Untersuchungsfrage positiv oder negativ auffällig waren: zum Beispiel ein als sexistisch einzuordnender Jingle. Diese Programmelemente werden in der allgemeinen Auswertung jedoch nicht berücksichtigt.

Zu dem Zeitpunkt, an dem ich die Fragestellung für diese Arbeit konkretisierte, waren die WDR-Programme aus der ausgewählten Januarwoche 1996 leider nicht mehr verfügbar. Das Vergleichsmaterial des WDR stammt also aus einem anderen Zeitraum – vom 9. bis 15. Juni 1998. Da der Donnerstag dieser Woche (11. Juni) ein Feiertag war, habe ich die am Donnerstag zu ziehenden Stunden am 18. Juni aufgezeichnet. Auch in dieser Woche fiel keine gleichstellungspolitische Entscheidung – zumindest keine berichterstattungsrelevante, muss man hinzufügen: Zwar wird in den Nachrichten erwähnt, dass der neue nordrhein-westfälische Ministerpräsident Wolfgang Clement im Zuge seiner Kabinettsneubildung das Gleichstellungsministerium auflöst und einem Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit zuschlägt. Gleichzeitig wurde die frühere Gleichstellungsministerin Ilse Ridder-Melchers durch Birgit Fischer abgelöst. Diese Entscheidung wird aber im Programm-Material der Stichprobe nicht weiter thematisiert; auch in den zusätzlich kursorisch abgehörten Stunden wird das Thema nicht behandelt. Das einzige ‚besondere' Ereignis im Untersuchungszeitraum ist die Fußball-Weltmeisterschaft, die in der zweiten Wochenhälfte begann. Aus diesem Grund sind die ‚Vor-WM-Tage' in der Stichprobe überrepräsentiert; das deutsche Nationalteam spielte am Montag, daher habe ich die aktuelle Berichterstattung dieses Tages aus dem Sample ausgeschlossen und durch andere Stunden ersetzt. Die WM-Berichterstattung wird nicht der übrigen Sportberichterstattung zugeschlagen, sondern in einer eigenen Kategorie erfasst, sodass sie in der Auswertung erstens genau quantifiziert, und zweitens gegebenenfalls als Gewichtungsfaktor bei der Themenstrukturanalyse berücksichtigt werden kann.

Die Tatsache, dass zwischen der ersten Erhebungsphase Lokalfunk und der zweiten Erhebungsphase WDR gut zwei Jahre liegen, halte ich nicht für ein ergebnisrelevantes Defizit: Es geht in dieser Arbeit nicht darum, die allgemeine Themenstruktur der Programme zu vergleichen – bei einer derartigen Fragestellung wäre es sicherlich unumgänglich gewesen, zeitgleich erhobenes Material zu analysieren. In Bezug auf die Untersuchungsfrage scheint es jedoch plausibel, davon auszugehen, dass die Ergebnisse der Lokalfunk-Analyse auch heute noch Gültigkeit haben. Der Zeitraum zwischen den beiden Erhebungsphasen wurde weder durch gravierende gleichstellungspolitische Entscheidungen geprägt, noch haben feministisch orientierte bzw. nach gesellschaftlicher Gleichstellung strebende Strömungen und Denkweisen heute eine andere Relevanz als 1996 (diese Vergleichbarkeit ist nicht generell gegeben: In Bezug auf die Untersuchungsfrage wäre beispielsweise eine Stichprobe von 1970 keinesfalls mit einer von 1972 direkt vergleichbar, allenfalls als ‚Vorher-Nachher'-Analyse; ein derartiger Umbruch wie der durch die Abtreibungskampgane des ‚stern' 1971 ausgelöste hat jedoch in den vergangenen Jahren nicht stattgefunden).

Die Stichproben von 1live und WDR2 wurden ansonsten exakt nach demselben Prinzip gezogen wie das Lokalfunk-Sample: Entsprechend der Sendezeit werden jeweils 16 vollständige Programmstunden untersucht. Grundlage für die Auswahl der reichweitenstärksten Stunden innerhalb der ausgewählten Programmformate ist die EMA 1997/98.

Die Abbildungen 13 und 14 auf der nächsten Seite zeigen anhand der Programmschemata, welche Stunden im Einzelnen in die Stichprobe aufgenommen wurden. Die Kriterien für die Auswahl will ich an der Wochentag-Stichprobe von 1live noch einmal in Kürze verdeutlichen: Die Sendungen ‚Schall & Rausch' und ‚KultKomplex' wurden nicht erfasst, da es sich um überwiegende Musikformate handelt (‚Schall & Rausch' ist beispielsweise ein Format, in dem Musikwünsche von Hörerinnen und Hörern per Band eingespielt und dann erfüllt werden; journalistische Berichterstattung im engeren Sinne findet nicht statt) – eine Ausnahme ist die mittwochs auf dem Programmplatz von ‚Schall & Rausch' ausgestrahlte Sendung ‚Raabio', die von Stefan Raab moderiert wird und eher ein Comedy- als ein Musikformat ist (mittlerweile ist ‚Raabio' nicht mehr im Programm). Die Sendung ‚Frühreif' ist mit den beiden absolut reichweitenstärksten Stunden zwischen 6 und 8 Uhr doppelt in der Stichprobe vertreten.

1live: Programmschema und Nutzungsdaten — Abb. 13

Zeit	wochentags	StRW	samstags	StRW	sonntags	StRW
5-6	Frühreif	1,2	Frühreif	-0,1	Morgengrauen	-0,3
6-7		6,1		-0,8		-1,5
7-8		7,8		-0,9		-1,7
8-9	Rucksack	5,3	Rucksack	+/-0	Rucksack	-0,4
9-10		4,6		+0,4		+0,3
10-11		4,0		+0,6		+0,6
11-12		3,8		+0,4		+0,6
12-13	Stand der Dinge	3,6	Stand der Dinge	+0,5	Stand der Dinge	+0,5
13-14		3,5		+0,4		+0,3
14-15	Schall & Rausch	3,9	Lattenknaller	+0,1	Hitfahrzentrale	+/-0
15-16	(mi: Raabio)	3,8		-0,1		-0,2
16-17	Stand der Dinge	4,1		-0,2	1live-	-0,5
17-18		3,4		-0,2	Radiosonntag	-0,3
18-19	Sonderbar	2,8	Hin & Weg	-0,2		-0,3
19-20		1,8		+/-0		+/-0
20-21	Kult Komplex	1,0	Party-Service	+0,1	Heimatkult	+0,1
21-22		0,7		+/-0		+/-0
22-23		0,9		-0,1	??	+/-0
23-0	Lauschangriff	0,5		+0,1	??	+0,1
0-1	Kult & Kaos	n.e.	Treibhaus	n.e.	Raum & Zeit	n.e.
1-2	Domian	n.e.		n.e.	WDR-Nachtschicht	n.e.
2-5	WDR-Nachtschicht	n.e.	WDR-Nachtschicht	n.e.		n.e.

Die schattierten Stunden wurden für die Analyse ausgewählt, die Wochentags-Stunden zwischen 6 und 9 Uhr sind im Sample doppelt vertreten – insgesamt wurden 16 Stunden ausgewählt. Die Stundenreichweiten sind der EMA 1998 entnommen, bei den Daten von Samstag und Sonntag handelt es sich um die Abweichungen der Stundenreichweiten von Montag-Freitag bzw. Montag-Samstag und Montag-Sonntag (Reichweiten für samstags bzw. sonntags sind dort nicht separat ausgewiesen).

WDR2: Programmschema und Nutzungsdaten — Abb. 14

Zeit	wochentags	StRW	samstags	StRW	sonntags	StRW
5-6	Morgenmagazin	1,0	Morgenmagazin	-0,1	WDR-Nachtschicht	-0,2
6-7		4,9		-0,6	Frühstücks-Pop	-1,2
7-8		8,2		-0,7		-1,5
8-9		6,5		+/-0	Sonntagsmagazin	-0,3
9-10	Westzeit	5,4	Westzeit	+0,5		+0,4
10-11		3,8		+0,4		+0,4
11-12		3,4		+0,2		+0,2
12-13	Mittagsmagazin	3,5	Mittagsmagazin	+0,2	Mittagsmagazin	+0,2
13-14		3,5		+/-0	Budengasse	-0,1
14-15		2,8		+0,1		+/-0
15-16	Zwischen Rhein	2,9	Sportzeit	+0,1	Roxy	-0,1
16-17	und Weser	3,2		+/-0		-0,2
17-18	Der Tag heute	3,0		+/-0	Sportzeit	-0,2
18-19		2,2	Der Tag heute	-0,1	Der Tag heute	-0,1
19-20	MonTalk /	1,2	Oldie Show	-0,1	Roxy	-0,1
20-21	Reisezeit /	0,6	Yesterday Quiz	+/-0		+/-0
21-22	Sportzeit / ??	0,5		-0,1		-0,1
22-23	Roxy / ab 23.30:	0,3	??	+/-0	Zugabe	+/-0
23-0	Berichte von heute	0,2		+/-0		+/-0
0-1	WDR-Nachtschicht	n.e.	Zugabe	n.e.	WDR-Nachtschicht	n.e.
1-5		n.e.	WDR-Nachtschicht	n.e.		n.e.

Die schattierten Stunden wurden für die Analyse ausgewählt, die Wochentags-Stunden zwischen 7 und 10 Uhr sind im Sample doppelt vertreten – insgesamt wurden 16 Stunden ausgewählt. Die Stundenreichweiten sind der EMA 1998 entnommen, bei den Daten von Samstag und Sonntag handelt es sich um die Abweichungen der Stundenreichweiten von Montag-Freitag bzw. Montag-Samstag und Montag-Sonntag (Reichweiten für samstags bzw. sonntags sind dort nicht separat ausgewiesen).

3.2 Operationalisierung der Untersuchungsdimensionen

Ein kurzer Rückblick auf die Fragestellung der Untersuchung, bevor ich den Zuschnitt des Kategoriensystems im Einzelnen erläutere: Welchen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung leisten die Programme von WDR und Lokalfunk? Auf Basis bereits vorliegender Erkenntisse aus Forschung und Theoriebildung lassen sich vier Dimensionen unterscheiden, mit deren Hilfe sich eine solche gleichstellungsspezifische Progammleistung beschreiben lässt.

Die Dimension „quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm“ lässt sich für die Inhaltsanalyse recht einfach operationalisieren: Hier geht es zunächst darum, das Vorkommen von Frauen on air zu erfassen – sowohl von Moderatorinnen, Journalistinnen, Akteurinnen wie auch von Interviewpartnerinnen. Selbstverständlich wird gleichzeitig auch das Vorkommen von Männern on air erfasst – die Aussagekraft einer Untersuchung, in der ausschließlich Frauen „gezählt“ würden, wäre naturgemäß gering.

Der Dimension „qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm“ sind mehrere Variablen zugeordnet: der Status der Personen, über die berichtet wird oder die selbst zu Wort kommen; eventuelle Stereotypen über Frauen oder Männerrollen, mit denen diese Personen beschrieben werden, und ob bzw. wie diese Rollenstereotypen von den Journalistinnen und Journalisten bewertet werden.

Die „thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm“ wird – wie es der Begriff ja nahe legt – über das Thema eines jeden Wortbeitrags erfasst. Eine weitere Variable beschreibt unabhängig vom Thema, ob geschlechtsspezifische Aspekte thematisiert werden. Tagesaktuelles Radio könnte sich potenziell und tendenziell als Frauenmedium etablieren, weil es das große Interesse von Hörerinnen nach Nahbereichsinformationen decken kann und gegenüber der lokalen Tageszeitung die Hörerinnen stärker einbindet und zu Wort kommen lässt. Die Beiträge in der Stichprobe werden deshalb nicht nur daraufhin untersucht, wie viele Informationen tatsächlich aus dem Berichterstattungsraum stammen, sondern auch darauf, in welchem Umfang Hörerinnen und Hörer am Programm beteiligt werden: ob sie lediglich Grüße und Musikwünsche vortragen oder die Sendung inhaltlich mitgestalten können.

Im Bereich „sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm“ beschreiben mehrere Variablen das Sprach- bzw. Sprechverhalten von Männern und Frauen – sowohl der Journalistinnen und Journalisten als auch ihrer Interviewpartnerinnen und -partner sowie auch von Personen, die in O-Tönen zu hören sind. Geschlechtsverschleiernde, „mitmeinende“ Sprache wird ebenso erfasst wie explizit symmetrische Bennenung von Männern und Frauen, unterschwellige bzw. offen-

sichtliche Sexismen ebenso wie eventuelle kritische Äußerungen zu sexistischer Sprache. Das Gesprächsverhalten von Männern und Frauen umfassend und detailliert zu beschreiben, würde der Untersuchung einer großen Zahl von Sendestunden entgegenstehen; daher wird hier nur das Unterbrech-Verhalten in Gesprächen erfasst.

Diese Variablen sind letztlich quantifizierend angelegt; welchen programmlichen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung die analysierten Beiträge tatsächlich leisten, lässt sich mit Hilfe dieser Variablen daher nur begrenzt beschreiben. Deshalb wird zusätzlich der (begründete) subjektive Eindruck festgehalten, ob sich ein Wortbeitrag insgesamt explizit pro oder contra Gleichberechtigung richtet bzw. ausspricht, und auch wie sich die agierenden Personen zur Gleichberechtigung der Geschlechter stellen.

3.3 Kategoriensystem

Wie gerade schon in Kürze umrissen, umfasst das Kategoriensystem, das für die Programmanalyse Lokalfunk ausgearbeitet wurde und das ich für die WDR-Analyse leicht modifiziert habe, eine Vielzahl von Variablen. Diese will ich nun – der inneren Logik des Kategorienschemas folgend und nicht mehr an den Untersuchungsdimensionen orientiert – inklusive der ihnen zugeordneten Kategorien erläutern.

Bei der Konstruktion des Kategoriensystems konnte nicht auf in anderen Studien komplett ausgearbeitete Systeme zurückgegriffen werden, da die Geschlechterforschung in der Journalistik und Kommunikationswissenschaft die Hörfunk- und insbesondere die Lokalradioprogramme bislang nur unter sehr eng gefassten Fragestellungen analysiert hat. Daher wurden Lösungsvorschläge aus Analysen kombiniert und modifiziert, die für andere Medien oder mit anderen inhaltlichen Schwerpunkten entwickelt wurden.

Am Ende dieses Entwicklungsprozesses steht ein mehrstufiges Kategoriensystem:

Als Untersuchungseinheit gilt jeder gesendete Wortbeitrag – egal, ob es sich um einen gebauten Beitrag zur Abschiebepraxis der Landesregierung handelt, mit An- und Abmoderation, oder um ein beiläufiges Geplauder der Moderatorin über die Laune ihrer Kolleginnen und Kollegen. Nicht erfasst werden Werbespots, Eigen-PR des Senders, Programmtrailer, Jingles, Verkehrs- und Wettermeldungen sowie die An- oder Abmoderation von Musiktiteln – Ausnahme: eines dieser Programmelemente ist in Bezug auf die Untersuchungsfrage auffällig, beispielsweise ein Hinweis auf die „Idealmaße“ einer Sängerin im Anschluss an einen gerade gespielten Titel.

Variablensatz für Beiträge

Der erste Variablensatz wird für jede Untersuchungseinheit komplett codiert. Er enthält folgende Variablen:

- Thema: Die Themenkategorien sind unterschiedlich fein ausdifferenziert. Der Löwenanteil aller denkbaren Themen wird relativ groben Kategorien zugeschlagen: Politik, Wirtschaft, Umwelt & Soziales (für alle „neuen“ Politikfelder, Gesundheits- und Wissenschaftsberichterstattung), Kultur & Freizeit, Buntes & Human-Interest-Themen, Sport, Wetter sowie Kriminalität & Katastrophen (ursprünglich waren die Themen weit detaillierter erfasst worden; allerdings ergaben sich bei der Programmanalyse Lokalfunk hier teilweise niedrige Reliabilitätswerte, sodass die Kategorien zu diesen Oberkategorien zusammengefasst wurden; bei der Programmanalyse WDR waren nur diese Oberkategorien vorgesehen). Alle (im weitesten Sinne) gleichstellungsrelevanten Themen dagegen

werden in Unterkategorien sehr fein erfasst: Kindererziehung /- betreuung, Haushalt, Arbeitsverteilung im Haushalt, Partnerschaft / Liebe / Sexualität, Gleichstellung(spolitik) / Feminismus, Mehrfachbelastung von Frauen, Abtreibung, Geburtenkontrolle und Gewalt gegen Frauen. Diese ungleichgewichtige Ausdifferenzierung entspricht dem Ziel der Analyse: Es geht nicht darum, dass Themenspektrum der Radioberichterstattung insgesamt en detail darzustellen, erfasst werden soll die Thematisierung von gleichstellungsrelevanten Fragestellungen in Relation zur übrigen Berichterstattung. Auch Volpers plädiert für grob gefasste Themenkategorien: Bei einer größeren Ausdifferenzierung könne die Ereignislage das Gewicht zur einen oder anderen Seite verschieben, ohne dass das programmstrukturelle Ursachen habe (Volpers 1995: 60). Insofern sind die Unterkategorien bei den gleichstellungsrelevanten Themen auch lediglich als Zusatzinformation zu verstehen (die Ergebnisse der Programmanalyse Lokalfunk zeigen, dass dieses Vorgehen durchaus sinnvoll war: Die gleichstellungsrelevanten Themen machen insgesamt rund zwei Prozent der Berichterstattung aus; dieser Wert kann mit den Anteilen der übrigen Themen verglichen werden. Die Auswertung der Unterkategorien zeigt, dass wiederum rund die Hälfte aller hier erfassten Beiträge sich mit Kindererziehung beschäftigt, dies also das prominenteste aller Gleichstellungsthemen ist.)

- Berichterstattungsraum: Hier wird erfasst, ob sich ein Beitrag auf das Sendegebiet – im Fall der Lokalsender also Stadt oder Kreisgebiet –, Nordrhein-Westfalen, das Bundesgebiet oder das Ausland bezieht. Mit Hilfe dieser Variablen soll sowohl eine ‚geografische' Zuordnung von Journalistinnen und Journalisten als auch eine von Akteurinnen und Akteuren überprüft werden. So hat beispielsweise die Untersuchung von Müller-Gerbes / Werner (1993) bereits gezeigt, dass Frauen in der Tageszeitung häufiger vertreten sind, je weiter hinten die Zeitung aufgeschlagen wird – auf den Stadtteilseiten sind sie deutlich stärker vertreten als auf den Frontseiten. Dieses Ergebnis lässt eine Ungleichverteilung von Akteurinnen und Akteuren auf die verschiedenen Berichterstattungsräume vermuten.
- Geschlechtsbewusster Blickwinkel: Mit dieser dichotomen Variable wird die geschlechtsspezifische Aufbereitung eines Themas erfasst. Ein Beitrag – unabhängig davon, in welche Themenkategorie er fällt – wird dann als geschlechtsspezifisch aufbereitet gewertet, wenn er unterschiedliche Auswirkungen eines Sachverhalts, Ereignisses oder einer Entwicklung für Frauen und Männer thematisiert. Ein Beispiel: In einem Bericht über die Eröffnung einer U-Bahn-Haltestelle wird darauf hingewiesen, dass Frauen die unterirdischen Röhren stärker als Angst-Raum erleben, oder die Haltezeiten zwar auf Angestellte mit leichtem Gepäck, nicht aber auf Personen mit Kinderwagen zugeschnitten sind – und das sind überwiegend Frauen. Für die Programmanalyse WDR habe ich – auf Basis

einer Anregung von Waltraud Cornelißen – diese Variable modifiziert bzw. ergänzt: Während mit der ersten Teilvariablen nun erfasst wird, ob geschlechtsspezifische Aspekte erwähnt werden, zeigt die zweite (neue) Teilvariable, ob diese geschlechtsdifferenten Aspekte als Benachteiligungsstrukturen thematisiert werden. Ein Beitrag, der ein angestiegenes Infarktrisiko von Frauen anspricht und auf ihr nachlassendes Gesundheitsbewusstsein zurückführt, wird entsprechend anders codiert als ein Beitrag, der sich um einen niedrigen Frauenanteil in kommunalen Parlamenten dreht und die Möglichkeiten, diesen zu erhöhen.

- Journalist/Journalistin: Von bis zu zwei in einem Programmelement auftauchenden Journalisten oder Journalistinnen werden Geschlecht sowie Auffälligkeiten in ihrem Sprach- bzw. Sprechverhalten erfasst – mitmeinende und symmetrische Sprache, sexistische sowie diesbezüglich kritische Äußerungen, alles als dichotome „ja/nein"-Entscheidung.
- HörerInnen-Beteiligung: Mit dieser Variable wird auf Beitragsebene festgehalten, ob bzw. in welcher Form sich Hörer und Hörerinnen an der Programmgestaltung beteiligen können – mittels Musikwünschen, Grüßen oder inhaltlicher, themengebundener Beteiligung.
- Beitragsart: Insgesamt stehen hier 26 Ausprägungen zur Verfügung, um die Beitragsart zu beschreiben; die Liste umfasst die unterschiedlichen Moderationsformen, die ‚klassischen' journalistischen Beitragsformen sowie radiospezifische Sonderformen wie beispielsweise das KorrespondentInnen-Interview.
- Präsentationsform: Hier wird die teils an die Beitragsform gebundene, teils von ihr unabhängige Aufbereitung eines Themas erfasst. Handelt es sich um eingespielte, gebaute Beiträge, um Außenübertragungen oder schlicht um verlesene, bzw. vorgetragene Texte?
- Gesamteindruck: Wie bereits dargelegt, wird in dieser Variablen festgehalten, ob sich ein Beitrag insgesamt pro oder contra Gleichberechtigung verhält – oder ob er neutral bleibt bzw. das Thema gar nicht anspricht.

Variablensatz für AkteurInnen

Im zweiten Variablensatz können bis zu vier Akteurinnen und Akteure – also Menschen, über die berichtet wird oder die zu Wort kommen – anhand folgender Aspekte charakterisiert werden:

- Geschlecht: Hier geht es nicht nur um ‚männlich' oder ‚weiblich', sondern auch darum, ob eine Einzelperson, womöglich eine fiktive, oder eine Personengruppe genannt wird oder auftritt. Codiert werden lediglich ‚natürliche' Personen wie beispielsweise „Außenminister Klaus Kinkel" oder „Steffi Graf", Personen-

gruppen wie „die Demonstrationsteilnehmer“ oder „die Delegierten des SPD-Unterbezirks“; nicht erfasst werden abstrakte Gruppen wie „die Polizei“, „die CDU“ oder „die Staatsanwaltschaft“.

- Status: Ein in anderen Analysen bewährter Satz von Status-Kategorien (PolitikerIn, VereinsvertreterIn, ExpertIn, einfache BürgerIn etc.) wurde untersuchungsspezifisch um die Kategorien „Frauenpolitikerin in Partei“, „Frauenpolitikerin in Verband“ und „Vertreterin einer feministischen Frauengruppe“ ergänzt. Die Liste enthält insgesamt 20 Vorgaben.
- Position: Mit dieser Variable soll akteursgebundenen Geschlechtsrollenstereotypen nachgespürt werden. Hierzu wurde zunächst eine Liste von Stereotypen zusammengestellt (beispielsweise Opfer, GewalttäterIn, beruflich erfolgreich, sozial engagiert etc.). Dieses grobe Raster wurde anschließend unter zwei Aspekten verfeinert: Erstens wurde in einigen Unterkategorien erfasst, ob sich die agierende Person mit ihrer jeweiligen Geschlechtsrolle positiv identifiziert oder kritisch auseinander setzt. Zweitens wurden einigen Stereotypen Alternativen zugeordnet: z.B. der „partnerschaftlich orientierte Mann“ als Gegenbild zum „traditionell orientierten Mann“. Die Codiererinnen und Codierer mussten sich für eine der insgesamt 30 Position entscheiden oder – falls keine der Definitionen im Codierbuch zutraf – „keine Position erkennbar“ auswählen.
- Wertung durch JournalistIn: Mit dieser Variable wird erfasst, ob bzw. wie die Journalistin oder der Journalist das Rollenstereotyp, in dem die agierende Person sich präsentiert oder präsentiert wird, wertet – äußert er oder sie sich neutral, affirmativ, sachlich-kritisch oder abqualifizierend?
- Aktivität: Codiert wird, ob die Person lediglich erwähnt wird oder auch in einem O-Ton selbst zu Wort kommt.
- Sprache: Hier tauchen dieselben Sprachvariablen auf, wie sie für Journalistinnen und Journalisten bereits beschrieben wurden – selbstverständlich werden sie nur bei Personen ausgefüllt, die in einem O-Ton selbst zu hören sind.
- Stellung zur Gleichberechtigung: Mit der letzten Variablen in diesem Block wird erfasst, ob sich der Akteur oder die Akteurin pro oder contra Gleichberechtigung ausspricht.

Sollte ein Beitrag mehr als vier Akteurinnen bzw. Akteure agieren oder zu Wort kommen lassen, so werden lediglich die chronologisch ersten vier Personen berücksichtigt bzw. vorrangig diejenigen, die mit einem O-Ton vertreten sind. Die übrigen Personen fallen weg. Diese Entscheidung über die Zahl der zu codierenden Akteure und Akteurinnen wurde auf der Basis kursorischer Programmbeobachtungen und des Pre-Tests getroffen – und hat sich bei der Auswertung als durchaus angemessen herausgestellt: Der Löwenanteil der Beiträge schöpft die ‚Leerstellen‘ bei den Akteuren und Akteurinnen nicht aus, lediglich in einigen wenigen Beiträgen

werden vier (oder auch deutlich mehr, wie meine eigenen Codiererfahrungen zeigen) Personen erreicht (vgl. hierzu auch Kap. 5.2.1).

Variablensatz für Gespräche

Mit dem dritten Variablensatz werden Gesprächsituationen bei Telefon- oder Studiointerviews beschrieben: Erfasst wird hier das Gesprächsverhalten von bis zu zwei Journalistinnen bzw. Journalisten und bis zu vier Gesprächspartnerinnen oder -partnern. Zwei Indikatorvariablen liefern Hinweise auf den Diskussionsstil: ob die Beteiligten ihre Gesprächspartnerinnen und -partner unterbrechen, und ob sie sich gegen Unterbrechungen zur Wehr setzen. Von den medienexternen Sprechern und Sprecherinnen wird der Status festgehalten; eine weitere Variable zeigt, ob sie als Gast des Senders um ein Gespräch gebeten wurden oder sich als Hörer bzw. Hörerin eingewählt haben. Zudem werden die bereits bekannten Sprachvariablen codiert.

Variablensatz für die Sendung

Neben den einzelnen Beiträgen wurden auch Variablen zur kompletten Sendestunde codiert. Zunächst wurde das Sendungsformat festgehalten: Morgen-, Mittags-, Abendmagazin, Musik-, Sport- oder Diskussionssendung. Der Schwerpunkt dieses Kategoriensystems lag aber im Bereich Moderation. Wird die Sendung von einem Mann, einer Frau oder einem Team moderiert? Und wie wird moderiert? Für diese Variable „Moderationsanmutung“ standen drei Kategorien zur Auswahl (diese Charakterisierungen sind den Ergebnissen der Moderationsstudie von Schröter 1994 entlehnt):

- Der Plauderer spricht sein Publikum besonders freundlich an und äußert sich launig auch zu unwichtigeren Themen.
- Die trockene Ansagerin verzichtet auf Effekte und kündigt lediglich nüchtern Beiträge und Musik an.
- Eine dynamische Moderation zeichnet sich durch Musikunterlegungen, Ramp-Talks, Sprecherwechsel und viele kurze Auftritte des Moderators oder der Moderatorin aus.

Die letzte Variable enthält Informationen dazu, ob bzw. wie die Moderatorinnen und Moderatoren ihr Publikum ansprechen – eher förmlich mit Sie, eher leger oder mit einem Mischform aus beidem. So sollen Erkenntnisse über die Geschlechtsspezifik bestimmter Moderatonsstile gewonnen werden – interessant besonders vor dem Hintergrund, dass die Art der Moderation Auswahlentscheidungen zwischen verschiedenen Sendern in hohem Maße zu beeinflussen scheint (vgl. Schröter 1994).

3.4 Durchführung der Untersuchung

Wie bereits beschrieben, wurde die Untersuchung in zwei Etappen durchgeführt: die Programmanalyse Lokalfunk im Frühjahr 1996, die Programmanalyse WDR im Sommer 1998.

Die lokalen Hörfunkstationen wurden gebeten, das Material der ausgewählten Woche für die Untersuchung zur Verfügung zu stellen – selbstverständlich erst im nachhinein, sodass gezielte Einflüsse der Redaktionen auf das Programm ausgeschlossen werden können. Die für die Stichprobe gezogenen rund 350 Stunden wurden codiert, danach wurde das Material an die Sender zurückgegeben. Eine Dokumentation der Stichprobe schien zwar wünschenswert, war allerdings angesichts der großen Zahl der Sender und Sendestunden nicht möglich. Aufbewahrt wurden lediglich im Sinne der Untersuchungsfrage auffällige Beiträge. Erfasst wurde das Material von insgesamt zehn Codiererinnen und Codierern (zu den erzielten Reliabilitätswerten s.u.). Die Erhebungsphase dauerte gut sechs Wochen.

Die für die WDR-Stichprobe gezogenen Stunden habe ich gezielt aufgezeichnet; die Stichprobe ist infolgedessen auch komplett dokumentiert. Teile des Materials habe ich selbst codiert; der überwiegende Teil wurde im Lauf von etwa zwei Wochen von einer Codiererin bearbeitet, die nicht zum ursprünglichen Codier-Team gehörte.

Codiert wurde in beiden Etappen direkt ‚vom Band in den Computer'.

3.5 Reliabilität

Die Aussagekraft einer Inhaltsanalyse hängt wesentlich von der Zuverlässigkeit des verwendeten Erhebungsinstrumentes ab. Hohe Reliabilitätswerte sind eine notwendige, wenn auch keine hinreichende Bedingung für valide Untersuchungsergebnisse (vgl. Krippendorf 1980: 129; Volpers 1995: 30)

Die Zuverlässigkeit der Erhebung wurde so weit wie möglich gesichert durch eine intensive Schulung der Codierer und Codiererinnen und eine kontinuierliche Kontrolle während der Codierphase. Ein zwanzig Seiten starkes Codebuch (siehe Anhang) diente als Grundlage für die Codierschulung vor der Erhebungsphase und als verbindliche Richtlinie während des Codierens.

Am Ende der Schulungsphase für die Programmanalyse Lokalfunk haben alle Codierer und Codiererinnen eine komplette Probesendung erfasst. Einzelne Personen wurden anschließend gezielt nachgeschult. Während der Codierphase wurden die Codierer und Codiererinnen von einem Mitglied des Projektteams überwacht und die Codierergebnisse einer Plausibilitätsprüfung unterzogen. In Zweifelsfällen wurden einzelne Beiträge nachcodiert.

Grundlage für den Reliabilitätstest ist eine nach Zufallskriterien ausgewählte Probesendung, die allen Codierern und Codiererinnen vorgelegt wurde. Berechnet wurde also die Intercoder-Reliabilität. Dabei wurden die Ergebnisse nicht paarweise verglichen, beobachtet wurden die Übereinstimmungen zwischen allen zehn Codierern und Codiererinnen. Angesichts des umfangreichen und teilweise komplexen Kategoriensystems war allerdings a priori eine relativ geringe Übereinstimmung aller zehn zu erwarten. Als Übereinstimmung wird daher gewertet, wenn acht von zehn Codierern und Codiererinnen dieselbe Kategorie auswählten. Die Reliabilität ist mit dem von Craig (1981) entwickelten Koeffizienten berechnet. Diese Formel berücksichtigt auch, dass Übereinstimmungen zufällig zustande gekommen sein können. Die Reliabilitätswerte fallen also wegen dieses Korrekturfaktors niedriger aus als bei der Berechnung eines einfachen Quotienten aus Übereinstimmungen und Anzahl der Entscheidungen; der hier gewählte Koeffizient gilt als strenges Reliabilitätsmaß.

Ein modifiziertes Testverfahren wurde bei den Variablen angewandt, die sich auf das Gesprächsverhalten von Journalisten bzw. Journalistinnen und agierenden Personen bezogen, denn Gespräche tauchen im Gesamtsample nur selten und in der zufällig gezogenen Probesendung überhaupt nicht auf. Daher wurde nach Zufallskriterien aus allen codierten Gesprächen ein Testsample gezogen und die Ergebnisse mit einer für jeden Testbeitrag vom Projektteam erarbeiteten Musterlösung verglichen. Als Berechnungsformel diente hier der Koeffizient von Scott, der

ebenfalls zufällige Übereinstimmungen berücksichtigt (Merten 1995: 306).

Die Reliabilitätswerte für die einzelnen Variablen sind in Abb. 15 dargestellt: Sie bewegen sich in einer Bandbreite von 1 (Geschlecht der Journalisten) bis 0,45 für die Variable „Mitmeinende Sprache". Mitmeinende Sprache als „Normalfall" in den Rundfunkprogrammen scheint von vielen Codiererinnen und Codierern überhört worden zu sein. Bei der Erkennung von sprachlichen Besonderheiten wie Symmetrie oder Sexismen ist die Reliabilität allerdings wesentlich höher. Über alle Variablen hinweg ergibt sich eine Reliabilität von 0,80.

Reliabilitätswerte bei der Lokalfunk-Codierung **Abb. 15**

Variable	Scotts π, Craigs π
Aktivität	0,87
Wertung durch Journalist/innen	0,64
Stellung zur Gleichberechtigung (Akteure)	0,74
Status der Akteur/innen	0,7
Position der Akteur/innen	0,73
Geschlecht Akteur/innen	0,76
Symmetrische Sprache	0,69
offensichtlich sexistische Sprache	1
Unterschwellig sexistische Sprache	1
Kritik an sexistischer Sprache	1
Sonstige sprachl. Auffälligkeiten	1
Thema	0,83 (6/10)
Mitmeinende Sprache	0,45
Hörer/innen-Beteiligung	1
Berichterstattungsraum	0,95
Gesamteindruck	0,94
Geschlecht Journalist/in I	1
Beitragsform	0,78
Gespräche	
Geschlecht Journalist/in II	0,94
Mitmeinende Sprache (Journalist/in)	0,53
Offensichtlich sexistischer Sprache (Journalist/in)	0,97
Unterschwellig sexistische Sprache (Journalist/in)	0,97
Kritik an sexistischer Sprache (Journalist/in)	0,97
Sonstige Auffälligkeiten (Journalist/in)	1
Unterbrechen (Journalist/in)	0,74
Läßt sich unterbrechen (Journalist/in)	0,81
Geschlecht Gesprächspartner/in	0,89
Status Gesprächspartner/in	0,79
Art der Gesprächspartner/innen	0,89
Mitmeinende Sprache (Gesprächspartner/in)	0,70
Symmetrische Sprache (Gesprächspartner/in)	0,82
Offensichtlich sexistische Sprache (Gesprächsp.)	0,91
Unterschwellig sexistische Sprache (Gesprächsp.)	0,89
Kritik an sexistischer Sprache (Gesprächspartner/in)	0,91
Unterbrechen (Gesprächspartner/in)	0,81
Unterbrechen lassen (Gesprächspartner/in)	0,82
Stellung zur Gleichberechtigung (Gesprächspartner/in)	0,79

Für die Programmanalyse WDR konnte ein deutlich weniger aufwendiges Verfahren gewählt werden, da ja eine Codiererin und ich das Material unter uns aufgeteilt haben. Für eine von der Codiererin erfasste Sendestunde habe ich nach der Erhebungsphase eine Musterlösung erarbeitet. Für die Berechnung der Übereinstimmungen habe ich – wie schon bei den Gesprächscodierungen – den Scott-Koeffizienten verwendet, der auch zufällige Übereinstimmungen berücksichtigt.

Bei der Berechnung der Reliabilitätswerte für die einzelnen Variablen ergibt sich folgendes theoretisch-methodische Problem (das im Übrigen auch durch einen Blick in die gängige Literatur nicht zu lösen ist): Es gibt grundsätzlich zwei Arten von Codierfehlern.

a) Die ‚normale' Fehlcodierung: Eine Politikerin wird falsch als Prominente codiert, obwohl das Codebuch das eindeutig anders vorsieht.
b) Eine Fehlidentifikation, die ‚Folgefehler' nach sich zieht – das erläutere ich an einem konkreten Beispiel aus der Stichprobe: In einem Beitrag über die Aktion „Trommeln für Lehrstellen" war von einem geplanten „Whitney-Houston-Kon-

zert“ die Rede (dieser Begriff fiel lediglich einmal; weder Sängerin noch Konzert wurden noch mal erwähnt). Die Codiererin hat Whitney Houston fälschlich als Akteurin erfasst – im Prinzip ‚korrekt‘ als weibliche Prominente. Der Folgefehler: Auch bei den übrigen Akteursvariablen kommt es zu einer Abweichung von der Musterlösung, obwohl diese Variablen bei allen unstrittigen Fällen von der Codiererin korrekt bearbeitet wurden. Ist es statthaft, diesen Folgefehler (natürlich nicht den Ausgangsfehler, die Fehlidentifikation) auszumerzen, indem Whitney Houston bei der Reliabilitätsberechnung für die übrigen Akteursvariablen herausgenommen wird? Oder setzt sich der Fehler auch in den weiteren Variablen fort? Ich habe in Abb. 16 zunächst einmal beide Lösungen aufgeführt – die zweite als bereinigte Version.

Reliabilitätswerte bei der WDR-Codierung **Abb. 16**

Variable	Scotts π	Scotts π bereinigt
Aktivität	0,93	1
Wertung durch Journalist/innen	0,93	1
Stellung zur Gleichberecht. (Akt.)	0,93	1
Status der Akteur/innen	0,90	0,97
Position der Akteur/innen	0,93	1
Geschlecht Akteur/innen	0,93	0,93
Symmetrische Sprache	1	1
offensichtlich sexistische Sprache	1	1
Unterschwellig sexistische Sprache	1	1
Kritik an sexistischer Sprache	1	1
Sonstige sprachl. Auffälligkeiten	1	1
Thema	1	1
Mitmeinende Sprache	1	1
Hörer/innen-Beteiligung	1	1
Berichterstattungsraum	1	1
Gesamteindruck	1	1
Geschlecht Journalist/in I	1	1
Beitragsform	1	1
Gesprächsvariablen		
Geschlecht Journalist/in II	1	1
Mitmeinende Sprache (Journalist/in)	1	1
Offensichtlich sexist. Sprache (Journ.)	1	1
Unterschwellig sexist. Sprache (Journ.)	1	1
Kritik an sexistischer Sprache (Journ.)	1	1
Sonstige Auffälligkeiten (Journ.)	1	1
Unterbrechen (Journalist/in)	1	1
Läßt sich unterbrechen (Journ.)	1	1
Geschlecht Gesprächspartner/in	1	1
Status Gesprächspartner/in	1	1
Art der Gesprächspartner/innen	1	1
Mitmeinende Sprache (Gesprächspartn.)	1	1
Symmetrische Sprache (Gesprächspartn.)	1	1
Offensichtlich sexist. Sprache (GP)	1	1
Unterschwellig sexistische Sprache (GP)	1	1
Kritik an sexistischer Sprache (GP)	1	1
Unterbrechen (Gesprächspartner/in)	1	1
Unterbrechen lassen (GP)	1	1
Stellung zur Gleichberechtigung (GP)	1	1

Im Vergleich zu den in der Lokalfunk-Analyse erzielten sind die Werte sehr hoch – was bei nur einer Codiererin und einer entsprechend intensiven Schulung wenig verwunderlich ist. Ob man sich nun für das bereinigte oder das nicht bereinigte Reliabilitätsmaß entscheidet, hat angesichts dieser Werte auch eine rein theoretisch-methodologische Bedeutung; daher bleibt die oben gestellte Frage in dieser Arbeit unbeantwortet.

Angesichts der großen Zeitspanne zwischen den beiden Analysephasen wäre auch das Prüfen der Intracoder-Reliabilität wünschenswert gewesen – weniger für die Codiererinnen des Materials, denn das waren ja unterschiedliche Personen, als vielmehr für mich selbst. Leider war das aufgrund der bereits erwähnten Dokumentationsschwierigkeiten beim Lokalfunk-Material nicht möglich.

3.6 Sonderauswertungen

Ein Radioprogramm besteht nicht ausschließlich aus den Wortbeiträgen, für die die Journalistinnen und Journalisten verantwortlich zeichnen – ganz im Gegenteil: Das redaktionelle Wort (zu dem streng genommen auch Wettervorhersagen, Verkehrshinweise und Werbespots zählen) macht nur einen Bruchteil des gesendeten Programms aus. Die übrigen Programmelemente leisten aber zweifellos einen (wie auch immer gearteten) Beitrag zur Darstellung der Geschlechter on air. Exemplarisch sollen zwei relevante Bereiche hier noch näher unter die Lupe genommen werden: Werbung und Musik. Die Daten für diese beiden Untersuchungsschritte wurden im Rahmen des Forschungsprojekts erhoben; die Daten der Werbestudie wurden in einer Studienarbeit am Institut für Journalistik bereits detailliert ausgewertet (vgl. hierzu: Joy Tödtmann 1996: Staffage Frau: Zur Darstellung der Geschlechter in der Hörfunkwerbung nordrhein-westfälischer Lokalsender. Unveröffentlichte Studienarbeit an der Universität Dortmund).

3.6.1 Werbestudie

Die im Lokalfunk ausgestrahlten Werbespots wurden in einer separaten Inhaltsanalyse untersucht. Denn wie schon angedeutet ist davon auszugehen, dass – trotz der klaren akustischen Trennung durch Jingles vom Programm der Redaktionen – auch Werbespots Komponenten zu Männer- und Frauenbildern zuliefern. Einen Vergleich zu den vom WDR ausgestrahlten Spots habe ich nicht vorgenommen – und das aus mehreren Gründen: Erstens wird ein (allerdings nicht quantifizierbarer) Anteil der Spots sowohl im privaten wie auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gesendet, was ein kursorischer Vergleich bereits zeigen kann. Zweitens würden sich eventuell freizulegende Unterschiede aller Voraussicht nach eher auf differierende Zielgruppen, auf Buchungsmuster der Werbegesellschaften und vergleichbare Faktoren zurückführen lassen, nicht jedoch auf systematische Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Hörfunk. Denn in jedem Fall gelten für die Spots die ‚Gesetze' der Werbebranche – was auch die Ergebnisse der Sonderauswertung bestätigen. Da es sich zudem lediglich um einen ergänzenden, exemplarisch angelegten Untersuchungsschritt handelt, habe ich ihn mit dem WDR-Material nicht wiederholt.

Das Forschungsfeld Geschlechterdarstellung in der Hörfunkwerbung wurde bislang kaum bearbeitet: Lediglich eine amerikanische und eine ältere deutsche Studie setzen sich direkt und ausschließlich mit dieser Thematik auseinander. Daher wurden Erkenntnisse aus der umfangreichen allgemeinen Literatur zur Werbung in Hörfunk und Fernsehen auf die hier formulierte Fragestellung übertragen und

die dort entwickelten AnalyseInstrumente dem Medium Hörfunk angepasst. Die besondere Aufgabe hierbei: Die visuelle Dimension, in der Printmedien und Fernsehen Rollenbilder und typische Verhaltensweisen sehr häufig transportieren, fällt als Untersuchungsebene im Radio weg.

Sechs Kernfragen wurden aus der Literatur zum Frauenbild in der Werbung abgeleitet: Sind Frauen in der Hörfunkwerbung unterrepräsentiert? Welche Funktionen haben Frauen und Männer im Werbspot? In welchen Rollen treten Frauen und Männer auf? Für welche Produkte werben Frauen und Männer? Werden Frauen und Männern bestimmte Eigenschaften und Verhaltensweisen zugeordnet? Kommen Fälle direkter, offener Herabsetzung vor?

Unter diesen Gesichtspunkten wurde ein systematisch ausgewähltes Sample von insgesamt 615 Spots analysiert. In dieser Stichprobe befanden sich 201 unterschiedliche Werbespots. Daher wurde die Stichprobe auf zwei Ebenen ausgewertet: Einmal gingen alle Spots in die Untersuchung ein, um das Gewicht mehrfach ausgestrahlter Spots angemessen zu berücksichtigen. Das andere Mal wurden nur die 201 unterschiedlichen Spots berücksichtigt, um die qualitative Bandbreite des Inputs aus den Agenturen unverzerrt zu erfassen. Die relativ niedrige Fallzahl unterstreicht den explorativen Charakter dieses ergänzenden Untersuchungsschrittes, dessen Ergebnisse vor allem Ausgangspunkt für intensivere Untersuchungen dieser Materie sein könnten.

In die Stichprobe gingen Spots aus allen Verbreitungsgebieten der Lokalsender in NRW ein, soweit die entsprechenden Sender dem Projekt für die Programmanalyse Material zur Verfügung stellten. Alle Spots stammten aus Werbeblocks, die während der Untersuchungswoche der Programmanalyse ausgestrahlt wurden. Nach Zufallskriterien wurde von der einen Hälfte der Sender die Stunde von 7 bis 8 Uhr am Mittwoch, 10. Januar 1996, ausgewählt und bei der anderen Hälfte die Stunde von 8 bis 9 Uhr am Donnerstag, 11. Januar 1996. Zwei Gründe sprechen für diese Auswahl :

Erstens erzielt das Lokalradio in der Morgenschiene die höchsten Einschaltquoten – hier war deshalb mit einer hohen Auslastung der Werbeblöcke zu rechnen.

Zweitens wird das Nutzungsmaximum des Lokalfunks bei der männlichen Bevölkerung laut EMA um 7 Uhr erreicht und das der weiblichen um 9 Uhr. Im Publikum überrepräsentiert sind Frauen am späten Vormittag, Männer am Nachmittag. Daher ist davon auszugehen, dass in der Morgenschiene weniger Werbung ausgestrahlt wird, die sich speziell an Männer bzw. Frauen richtet. Eine solche Zielgruppenorientierung hätte die Ergebnisse unter Umständen verzerrt. Aus techni-

schen Gründen musste bei drei Sendern auf Sendungen aus der Morgenschiene an anderen Werktagen zurückgegriffen werden.

Analog zur Analyse des redaktionellen Worts wurde ein zweistufiges Kategoriensystem entworfen: Ein Satz von Variablen beschreibt den gesamten Spot – z.B. das beworbene Produkt oder Formen der direkten oder indirekten Herabsetzung von Frauen. Ein zweiter Satz von Variablen charakterisiert die einzelnen Akteurinnen und Akteure, die im Spot auftauchen: zum Beispiel die Funktionen, die sie erfüllen, oder die Rollen, die sie in der Werbung einnehmen.

Auf der ersten Untersuchungsebene wurde neben den zur Identifikation der Untersuchungsobjekte notwendigen Angaben (Sender, Sendestunde) zunächst codiert, ob es sich um regionale oder überregionale Werbung handelte, um gegebenenfalls Unterschiede in den Werbeauftritten bundesweit agierender Marken und regionaler Unternehmen aufdecken zu können.

Zusätzlich erfasste die Codiererin in Stichworten den Namen des Unternehmens, das beworbene Produkt, und vermerkte, ob es sich um eine Variante eines bereits codierten Spots handelte. Die in den Spots beworbenen Produkte wurden offen erfasst und erst im Nachhinein zu Kategorien zusammengefasst, um die Anzahl sonstiger Nennungen möglichst gering zu halten.

Eine weitere Variable beschrieb, ob der Spot Frauen in irgendeiner Weise herabsetzt. In Anlehnung an Schmerl (1992) wurden sieben verschiedene Formen der Herabsetzung codiert:

- die Verwendung weiblicher Sexualität zur Anpreisung von Waren und Dienstleistungen (im Hörfunk z.B. zweideutige Bemerkungen und Anspielungen auf weibliche Erotik),
- die Gleichsetzung von Frauen mit Konsumartikeln,
- die Reproduktion von „Märchen über Frauen im Haushalt“, in denen Letzerer nicht als Arbeitsplatz, sondern als Ort des Vergnügens dargestellt wird,
- „typisch weibliche Unarten“, also die Reduzierung der Frau auf klischeehafte negative Eigenschaften,
- ‚kosmetische Zwangsjacken‘, d.h. die enge Verknüpfung von Erfolg und bestimmten Schönheitsnormen,
- die Vermarktung des Emanzipationsbegriffs,
- zynische Witze über Frauen.

Gesondert wird das ‚letze Wort‘ eines Spots beobachtet, in dem Produktvorteile oder entscheidende Imagekomponenten prägnant zusammengefasst werden. Hier lieferten die Codierbögen Informationen darüber, ob

- das Element gesprochen oder gesungen wird,

- eine männliche oder eine weibliche Stimme zu hören ist,
- ein Slogan, eine Aufforderung, ein Produktname oder eine Serviceinformation kommuniziert wird.

Als Akteurinnen oder Akteure für die personenbezogene Untersuchungsebene gelten nicht nur Menschen, die selbst sprechen oder singen, sondern auch Personen, über die im Spot Aussagen gemacht werden. Gruppen werden als Kollektivakteurinnen oder -akteure ebenfalls codiert.

Dabei erfasst die Variable Sprache/Gesang, ob eine Akteurin spricht, singt oder ob lediglich über sie gesprochen wird. Hieraus lassen sich Rückschlüsse darauf ziehen, ob Frauen einen eher aktiven oder eher passiven Part im Spot übernehmen. Zusätzlich wurde festgehalten, ob Akteurinnen oder Akteure in einem Spot eine Haupt- oder eine Nebenrolle spielen. Systematisch analysiert werden auch Frage-Antwort- bzw. Beratungssituationen, soweit sie in den Spots vorkamen: Wer stellt Fragen, wer gibt Antworten, wer berät, wer wird beraten?

Vier Variablen im Kategoriensystem bilden die Rollenbilder der Akteurinnen und Akteure ab: In welchem Lebensbereich ist eine Akteurin tätig (Erwerbsleben, Haushalt, Freizeit), gibt es thematische Zusammenhänge zwischen diesen Bereichen und dem beworbenen Produkt, welche Berufe üben die Personen aus, welche Positionen nehmen sie ein? Im letzten Fall standen fünf Positionen zur Auswahl: InhaberIn, AngestellteR oder VertreterIn des werbenden Unternehmens, ExpertIn oder KonsumentIn.

Schließlich wurde codiert, welche Eindrücke von Verhaltensweisen und Eigenschaften einer Person die Inhalte des Spots oder der Tonfall der Stimme(n) vermitteln. Um auch differenzierte Eindrücke festhalten zu können, wurde hier ein Haupt- und ein Nebeneindruck codiert. Die 13 Kategorien dieser Variable reichen von „souverän/seriös/kompetent“ bis zu „naiv/dümmlich/ungeschickt“. Obwohl mit Beispielen und Definitionen versucht wurde, die Zuordnung von Verhaltensweisen und Eigenschaften transparent zu machen, handelt es sich nach wie vor um einen von subjektiven Einschätzungen geprägten Erhebungsschritt. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass die individuellen Beurteilungen der Codiererin so weit von kollektiven Deutungsmustern entfernt sind, dass sich nicht doch Aussagen über die Verteilung von Eigenschaften und Verhaltensweisen treffen ließen.

Das gesamte Material wurde vollständig von einer Mitarbeiterin des Projekts codiert (derselben, die auch den größten Teil des WDR-Materials in der zweiten Erhebungsphase vercodete) – damit erübrigte sich die Berechnung eines Intercoderreliabilitätsquotienten. Wegen der überschaubaren Größe der Stichprobe wird auch

auf die Berechnung der Intracoder-Reliabilität verzichtet, da Erinnerungseffekte mit hoher Wahrscheinlichkeit die Aussagekraft des Ergebnisses geschwächt hätten. Das Kategoriensystem erwies sich als eindeutig und vollständig. Bei einigen Variablen wurde das Kategorienspektrum nicht vollständig ausgenutzt. Hier wurden teilweise Kategorien zusammengefasst, um auch Aussagen über Subgruppen zu ermöglichen.

Ins Auge fiel jedoch bei der Auswertung ein relativ hoher Anteil der Restkategorie „Sonstiges“ – insbesondere bei den von den auftretenden Personen eingenommenen Rollen. Das liegt vermutlich daran, dass nur wenigen Personen im Text bestimmte Rollen explizit zugewiesen werden: Anders als die Umgebung im Fernsehspot, können Nebengeräusche in der Hörfunkwerbung nur in geringerem Maße zusätzliche Hinweise auf die Lebenssituation einer Person liefern.

3.6.2 Musikstudie

Im Mittelpunkt der zweiten Sonderauswertung stehen die gesendeten Musikstücke. Zwar sind es sicherlich vor allem die Wortbeiträge, die die Bilder von Männern und Frauen in den Radioprogrammen prägen. Zwei Gründe waren dafür ausschlaggebend, den Musiktiteln trotzdem einen Untersuchungsschritt zu widmen: erstens der starke Einfluss, den die Musikfarbe auf die Senderpräferenz von Hörerinnen und Hörern hat (vgl. hierzu Kap. 2 bzw. 4.6), zweitens der unmittelbare Bezug zur gleichstellungsspezifischen Programmnorm – ein Sender, der beispielsweise wiederholt Titel mit frauenverachtenden Texten spielte, würde damit recht eindeutig gegen die Programmnorm verstoßen.

Deshalb wurde im Forschungsprojekt eine Stichprobe von Musiktiteln untersucht, die im Lokalfunk gesendet wurden. Da alle lokalen Stationen bei ihrer Musikauswahl eng an die Playlists von radio NRW gebunden sind, reichte es unter forschungsökonomischen Aspekten aus, einige Sendestunden von Radio 91,2 in Dortmund aufzuzeichnen und zu analysieren.

Die Stichprobe von insgesamt 16 Sendestunden wurde nach ähnlichen Gesichtspunkten zusammengestellt wie die der Wort-Analyse: Zum einen wurden besonders reichweitenstarke Stunden ausgewählt, zum anderen alle Sendungsformen abgedeckt, um die Bandbreite des radio-NRW-Musikformats möglichst vollständig zu erfassen. Deshalb wurden auch vergleichsweise viele Sendungen des Mantelprogramms in die Stichprobe aufgenommen.

Für die Sonderstudie Musik wurde ein Untersuchungsdesign mit wenigen besonders aussagekräftigen Indikatoren entworfen.

Dazu gehört erstens das Geschlecht der Interpretinnen und Interpreten, um herauszufinden, ob und wie die Musik zur akustischen Dominanz eines Geschlechts beiträgt.

Zweitens wurden grob die Inhalte festgehalten, die in den Liedern thematisiert werden, ohne jedoch von vornherein eine Kategorienliste vorzugeben. Vielmehr wurden die offen erfassten Themen in einem zweiten Schritt zu inhaltlich verwandten Gruppen zusammengefasst.

Drittens wurde die Codiererin instruiert, besonders darauf zu achten, ob Frauen in den Liedtexten in irgendeiner Weise offen herabgesetzt werden: durch sexuelle Anzüglichkeiten, Hinweise auf typisch weibliche Unarten oder zynische Witze über Frauen – ähnlich den Kriterien für die Werbeanalyse. Auch diese Variable wurde offen erhoben.

Viertens wurden alle Titel daraufhin vercodet, ob stereotype Frauendarstellungen im Text auftauchen: Inwieweit bilden die in den Titeln besungenen Frauen die Vielfalt weiblicher Lebenswelten ab? Auch hier gab es zunächst keine vorgegebene Kategorienliste, denn das wäre dem explorativen Charakter dieses Untersuchungsschritts nicht gerecht geworden.

Untersuchungseinheit blieb stets der gesamte Beitrag, einzelne Akteurinnen oder Akteure wurden nicht gesondert analysiert. Das führt zu einer starken Informationsreduktion: Nur besonders auffällige Beispiele wurden festgehalten. Insbesondere angesichts des hohen Anteils fremdsprachiger Titel schlägt dies zu Buche. Diese Vorgehensweise basiert auf folgenden Überlegungen: Die Codiererin verfügt – durch gymnasiale Fremdsprachenausbildung – über tendenziell überdurchschnittliche Englisch-Kenntnisse. Feinheiten der Geschlechterbilder, die ihr nicht auffallen, werden somit dem größten Teil des Publikums ebenfalls verborgen bleiben – gerade angesichts der Funktion von Radio als Nebenbei-Medium –, und werden daher im Rahmen der explorativen Musikstudie auch nicht erfasst.

Angesichts der Ergebnisse dieser Sonderauswertung (vgl. Kapitel 4.6) schien es mir nicht notwendig, den Untersuchungsschritt mit den Musikfarben von 1live und WDR2 zu wiederholen. Durch den (vermutlich) höheren Anteil an deutschen Titeln im Repertoire beider Programme und insbesondere die „jüngere“ Musikfarbe von 1live wären zwar explizitere Aussagen zu Männer- und Frauenbildern zu erwarten. Allerdings tragen die Ergebnisse dieser Sonderauswertung in so geringfügigem Umfang zum Gesamtergebnis der Untersuchung bei, dass ich von einer Wiederholung der Untersuchung abgesehen habe.

3.7 Analyse der Frauensendungen

Die dritte Sonderauswertung konzentriert sich auf spezielle Programmangebote, die sich explizit an ein weibliches Publikum richten. Ziel dieser Sonderstudie ist zum einen, diese Sendungen in ihren Spezifika zu beschreiben, und zum anderen, einen Vergleich mit den allgemeinen redaktionellen Programmen zu ermöglichen.

Im öffentlich-rechtlichen System haben derartige Formate eine deutlich bessere Verankerung als im privaten Rundfunk – wenn auch eine „Frauensendung“ für einen öffentlich-rechtlichen Sender beileibe keine Selbstverständlichkeit ist. Im nordrhein-westfälischen Lokalfunk gab es – soweit meine Informationen reichen – lediglich einen Versuch, eine redaktionell produzierte Frauensendung on air zu etablieren. Der wurde allerdings recht bald wieder abgebrochen, offiziell wegen mangelnder Quoten. Zum Zeitpunkt der Lokalfunk-Untersuchung gab es Angebote für Frauen entsprechend ausschließlich im Bürgerfunk. Da in diesen Sendungen möglicherweise – und sogar wahrscheinlich – ein wesentlicher, wenn nicht gar der wesentliche Beitrag der Sender zur Verwirklichung von Gleichberechtigung liegt, dürfen sie bei der Analyse keinesfalls außen vor bleiben. Da in der allgemeinen Programmstichprobe der Bürgerfunk (auch wegen seiner quotentechnisch ungünstigen Platzierung in den Abendstunden) systematisch ausgeschlossen wurde, wurden die Frauensendungen im Bürgerfunk gesondert erhoben. Dabei konnten nicht alle sendenden Gruppen berücksichtigt werden, denn die Frauenradioszene in Nordrhein-Westfalen ist zum einen recht groß, und zum anderen recht unübersichtlich: Etwa 45 Frauenradiogruppen waren Ende 1995 on air, wie die noch immer aktuellste Erhebung des ForumFrauenRadio im Auftrag der LfR ergab. Für diesen Untersuchungsschritt wurden daher vier Sendungen nach folgenden Kriterien ausgewählt: Erstens sollte die jeweilige Initiative schon möglichst lange auf Sendung sein, um bereits zu einem eigenen, wieder erkennbaren Stil gefunden zu haben, und auch, damit „Eintagsfliegen“ aus der Stichprobe ausgeschlossen werden konnten. Zweitens sollte eine möglichst große Variation beim politischen und gesellschaftlichen Hintergrund der Gruppen erreicht werden, um so auch unterschiedliche Ansätze frauenspezifischen Radios vergleichen zu können. Drittens wurde die Verteilung der Radiogruppen auf verschiedene Regionen des Landes berücksichtigt. Ausgewählt wurden schließlich

- die ‚3k's – kess, kühn, kirchlich' aus Essen;
- ‚Donna wettert!' aus Münster;
- die ‚Frauenredaktion' aus Neukirchen-Vluyn;
- das ‚Frauenmagazin' von Radio ASG aus Ratingen.

Von jeder der vier Gruppen wurden jeweils acht Stunden Programm untersucht, und zwar die zum Zeitpunkt der empirischen Phase acht jüngsten Sendungen der

4 Ergebnisse der Programmanalyse

Zunächst ein paar Eckdaten: Auf den folgenden Seiten sind 5.027 Beiträge ausgewertet, die aus 44 nordrhein-westfälischen Radioprogrammen stammen (vgl. Abb. 17). 41 private Lokalsender, radio NRW, 1live und WDR2 sind in die Programmstichprobe eingegangen. Die Tabelle gibt einen kurzen Überblick über einige zentrale Strukturdaten der Stichprobe: Die durchschnittliche Anzahl der Beiträge pro analysierter Sendestunde liegt zwischen knapp 20 bei WDR2 und zwölf beim Lokalfunk. Die zweite Welle des Westdeutschen Rundfunks sendet aber nicht nur mehr, sondern auch längere Wortbeiträge. Berichte sind fast zweieinhalb mal so lang wie im Lokalfunk, auch Telefon-Interviews wird deutlich mehr Sendeplatz eingeräumt. Die Kennwerte von 1live liegen dazwischen.

Obwohl für die Lokalstationen in Nodrhein-Westfalen ja relativ verbindliche Formatvorgaben existieren, streuen die Werte, die hinter dem Mittelwert stecken, doch recht erheblich. Radio Sauerland und Radio 90,1 (Mönchengladbach) finden sich dabei an den gegenüberliegenden Polen: Von Radio Sauerland wurden 60 Beiträge kodiert – auf Sendestunden umgerechnet sind das im Schnitt 7,5 Beiträge pro Stunde. Radio 90,1 dagegen schickt durchschnittlich 17 Beiträge pro Stunde über den Äther, entsprechend sind 140 Beiträge in die Stichprobe eingegangen.

Strukturdaten der Stichprobe **Abb. 17**

	Lokalfunk	**1live**	**WDR2**
analysierte Beiträge	4494	533	
Beiträge pro Sender	95	219	314
Beiträge pro Sendestunde	12,0	13,7	19,6
durchschn. Länge Nachricht	0:22 min	0:20 min	0:25 min
durchschn. Länge Bericht	0:59 min	2:03 min	2:28 min
durchschn. Länge Tel.-Interview	2:47 min	4:11 min	4:41 min

Die Auswertung orientiert sich an folgendem Raster: Anhand der in den vorhergehenden Abschnitten entwickelten Kriterien werde ich zunächst jeweils die Ergebnisse für die Programme von 1live und WDR2 den Ergebnissen des Lokalfunks* gegenüberstellen. Wenn es sich lohnt, werde ich in einem zweiten Schritt die Kennwerte einzelner Lokalsender detaillierter beleuchten – beispielsweise dann, wenn die Ergebnisse einzelner Stationen eher mit denen der öffentlich-rechtlichen Programme vergleichbar sind als mit dem Lokalfunk-Durchschnitt. Die einzigen direkt vergleichbaren Forschungsbefunde stammen aus der Studie von Cornelißen/Gebel (1999), die die niedersächsischen Radioprogramme Antenne, ffn, NDR1 und NDR2 sowie N-Joy untersucht hat. Ihre Ergebnisse stelle ich meinen gegenüber, soweit die Datenlage es erlaubt. Basis für die Prozentwerte ist – wenn ich es nicht im Einzelnen angegeben habe – die Zahl der analysierten Beiträge pro Sender.

* Die Daten der Lokalfunk-Stichprobe habe ich neu berechnet und gründlich geprüft. In Einzelfällen kommt es zu geringfügigen Abweichungen gegenüber den in Werner/Rinsdorf 1998 veröffentlichten Zahlen; diese Abweichungen beeinflussen aber in keinem Fall die Tendenz der Aussagen. Daher sind die entsprechenden Stellen nicht weiter gekennzeichnet.

4.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Die quantitative Beteiligung von Frauen ist weniger ein Merkmal der gleichstellungsspezifischen Qualität eines Programms, sondern vielmehr eine Voraussetzung dafür, dass eine solche Qualität sich entwickeln kann (vgl. Kap. 1.4.1). Diese Annahme ist der Ausgangspunkt für die folgenden Analysen. Aufgrund ihrer unterschiedlichen programmstrukturellen Funktionen betrachte ich

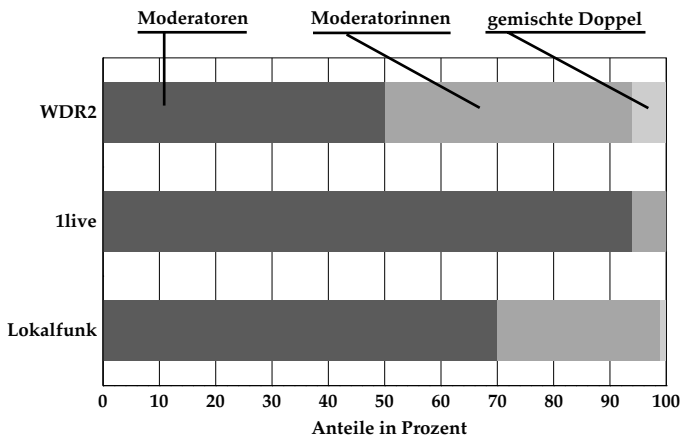
- ModeratorInnen,
- JournalistInnen als AutorInnen aller Programmbeiträge, die nicht Moderationsbeiträge sind, und
- AkteurInnen als Personen, über die berichtet wird;
- GesprächspartnerInnen – also Personen, die im Radio interviewt werden, ist ein eigener Abschnitt gewidmet.

4.1.1 ModeratorInnen

Die untersuchten Radioprogramme sind mehrheitlich fest in männlicher Hand – zumindest was die Moderation angeht (vgl. Abb. 18). Hat man im Blick, wie stark Moderatorinnen und Moderatoren das Gesicht eines Senders prägen, so ist das Geschlechterverhältnis gerade in diesem Punkt von entscheidender Bedeutung.

Betrachtet man die Daten zunächst aus der Perspektive des Systemvergleichs, so liegen öffenlich-rechtlicher und privater Hörfunk nah beieinander: Von den 16 untersuchten WDR-Sendestunden wurde lediglich ein Viertel von einer Frauen moderiert. Der Lokalfunk liegt bei 29 Prozent.

ModeratorInnen on air **Abb. 18**



Wieviele Moderatorinnen und Moderatoren sind on air zu hören? Untersucht wurden 344 Sendestunden des Lokalfunks und jeweils 16 Sendestunden von 1live und WDR2. Lesebeispiel: 50 Prozent der Sendestunden von WDR2 wurden von einem Mann moderiert, 44 Prozent von einer Frau und eine Sendestunde von einem Mann und einer Frau gemeinsam.

Allerdings geht der ‚schlechte' Schnitt des WDR allein auf die Kappe von 1live: Die Jugendwelle ließ in den Stunden der Stichprobe lediglich eine einzige Frau in die Moderations-Kabine – und das auch erst nach 23 Uhr. Ein Blick auf das 1live-Team zeigt, dass dieses krasse Ergebnis der Stichprobenziehung geschuldet ist: Die Liste der ModeratorInnen wartet mit 29 Männern und neun Frauen auf – wobei mehr als die Hälfte dieser Frauen Sendungen zu reichweitenschwachen Zeiten moderiert. Die meistgehörten Sendungen ‚Frühreif' und ‚Rucksack' werden umschichtig je von drei Männern und einer Frau moderiert;

genauso sieht es bei der Mittagssendung ‚Stand der Dinge' aus. (Diese Angaben über die ModeratorInnen-Teams stammen aus dem Web-Angebot des WDR.)

WDR2 liegt mit einem Vergleichswert von 44 Prozent nahezu bei einer Gleichverteilung; die Hälfte aller Sendestunden wurde von einem Mann moderiert, eine weitere von einem gemischten Doppel. WDR2 führt im Moderations-Team genau so viele Frauen wie 1live – nämlich 11 von 53 (24 Prozent). Schaut man sich allerdings die Teams der Hauptsendungen ‚Morgenmagazin' und ‚Westzeit' an, verschiebt sich das Verhältnis zugunsten der Frauen: Im täglichen Wechsel wird das ‚Morgenmagazin' von drei Männern und zwei Frauen präsentiert; bei der ‚Westzeit' wechseln zwei Männer und eine Frau wochenweise. Das ModeratorInnen-Team des ‚Mittagsmagazins' besteht aus sechs Männern und zwei Frauen. In der Stichprobe wurden die Morgen- bzw. Vormittagssendungen allerdings schwerpunktmäßig von Männern moderiert.

Beim Lokalfunk liegen die Werte der einzelnen Stationen noch weiter auseinander als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (vgl. Abb. 19): Sieben Stationen präsentieren sich in den untersuchten Stunden ausschließlich mit männlichen Stimmen in der Moderation. Bei sieben anderen Stationen sind dagegen über die Hälfte der ModeratorInnen Frauen – bei Radio 91,2 (Dortmund) sind es sogar drei Viertel. (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 72)

Moderation: Extremwerte im Lokalfunk **Abb. 19**

Sender mit ausschließlich männl. Moderation in der Stichprobe	Sender mit überwiegend weibl. Moderation in der Stichprobe *
Radio Rur	Radio 91,2
Welle Niederrhein	Antenne AC
Radio Gütersloh	Radio Duisburg
Radio Siegen	Radio Emscher-Lippe
Radio Westfalica	Radio Bonn/Rhein-Sieg
Radio FiV	Radio Sauerland
Antenne Ruhr	Radio WAF

* Die Werte liegen zwischen 75 % bei Radio 91,2 und 57 % bei Radio WAF.

Eventuelle Zusammenhänge zwischen der Präsenz von Frauen in den Moderationskabinen und ihrer generellen Präsenz in den Teams der Lokalstationen wurden nicht geprüft. Denn Untersuchungen zur Arbeitsorganisation im nordrhein-westfälischen Lokalfunk haben gezeigt, dass gerade die Moderation häufig in den Händen freier MitarbeiterInnen liegt (vgl. Rager/Werner/Weber 1992). Zum Geschlechterverhältnis unter freien MitarbeiterInnen liegen aber keine Daten vor.

Die Zahlen, die Cornelißen für den niedersächsischen Rundfunk ermittelt hat, zeichnen ein anderes Bild als die nordrhein-westfälischen: Die beiden privaten Programme Hit-Radio Antenne und ffn kommen auf 29 bzw. 41 Prozent Moderatorinnen, die öffentlich-rechtlichen bewegen sich ebenfalls rund um diese beiden Werte (NDR1 mit 45 %, NDR2 mit 28 % und N-Joy mit 46 %; Cornelißen/Gebel 1999: 120; 269). Abweichungen zu den eben geschilderten Befunden: Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern fällt vor allem der krasse Unterschied zwischen

N-Joy und 1live ins Auge. Das „jüngste Programm im Norden“ (Eigenwerbung) präsentiert sich mit fast ebens ovielen Frauen wie Männern nach außen. Allerdings werden auf der N-Joy-Homepage nur fünf Frauen in einer insgesamt 19 Personen umfassenden ‚Crew‘-Liste geführt. Entweder hat sich seit dem Erhebungszeitraum im Jahr 1997 die Senderphilosophie entsprechend gewandelt oder es wurde bzw. wird mit zahlreichen freien ModeratorInnen gearbeitet.

Männer und Frauen sind nicht nur unterschiedlich akustisch präsent – sie moderieren auch anders, und sie sprechen ihr Publikum anders an. Drei Typen von Moderation lassen sich (angelehnt an Schröter 1994; vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 72) unterscheiden:

- die ‚PlaudererIn‘: sie spricht ihr Publikum besonders freundlich an, flicht launige Alltagsbegebenheiten in die Moderation ein, erzählt Witzchen etc.
- die ‚trockene AnsagerIn‘: sie leitet lediglich von Beitrag zu Beitrag über, kündigt Musikstücke an und verzichtet im Großen und Ganzen auf besondere Effekte
- die ‚dynamische ModeratorIn‘: diese Form der Moderation zeichnet sich durch Musikunterlegungen, Einspielungen, SprecherInnen-Wechsel und Ramp-Talks aus (Ramp-Talk bedeutet, dass Musiktitel ein- bzw. ausgeblendet werden, während die ModeratorIn noch oder bereits wieder spricht).

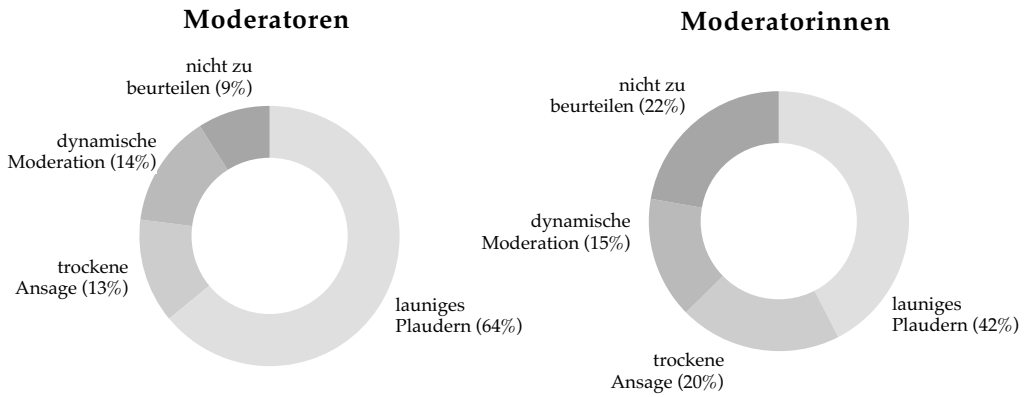
In der öffentlich-rechtlichen Stichprobe lassen sich Unterschiede im Moderationsverhalten von Männern und Frauen ohnehin nur im Programm von WDR2 beobachten – im Programm von 1live wurde ja lediglich eine gezogene Stunde von einer Frau präsentiert. Die WDR2-Moderatorinnen interpretieren ihre Rolle überwiegend als die ‚trockener Ansagerinnen‘; das gilt für fünf von sieben von Frauen moderierte Programmstunden. Die männlichen Moderatoren dagegen profilieren sich in sieben von acht Fällen als ‚launige Plauderer‘.

Die 1live-Moderatoren-Riege setzt vor allem auf dynamische Moderation, hier wird das Publikum auch generell geduzt.

Beim Lokalfunk lassen sich aufgrund der größeren Datenbasis eher Geschlechtsspezifika in den Moderationsstilen freilegen: Moderatoren gestalten ihre Sendungen häufig ‚bunter‘ als ihre Kolleginnen (vgl. Abb. 20 auf der nächsten Seite).

Mehr Männer als Frauen pflegen einen launigen Moderationsstil. Frauen sind dagegen bei den knappen, informationsorientierten Überleitungen stärker vertreten. Als dynamisch können etwa gleich viele Männer wie Frauen bezeichnet werden. Die männlichen Lokalfunk-Präsentatoren gehen zudem lockerer auf ihre HörerInnen zu: Ein Drittel der Moderatoren tituliert sein Publikum vornehmlich mit ‚du‘ und ‚ihr‘ oder vergleichbaren Formen – so vertraut geht nur ein Viertel der Moderatorinnen mit dem Publikum um. Frauen entscheiden sich häufiger für das förm-

Moderationsstile von Männern und Frauen im Lokalfunk **Abb. 20**



Wie moderieren Männer und Frauen? Untersucht wurden 344 Sendestunden des Lokalfunks. Lesebeispiel: In 64 Prozent der von Männern moderierten Sendestunden wurde ein launiger Plauderton angeschlagen.

liche ‚Sie' (49 bzw. 40 Prozent). Die übrigen entscheiden sich für Mischformen oder verzichten ganz auf eine Ansprache der HörerInnen.

Hinter diesen Zahlen verbergen sich unterschiedliche Senderphilosophien und Publikumsstrategien – zum einen unter dem Aspekt der Präsenz von Männern und Frauen on air, zum anderen unter dem Aspekt des je dominanten Moderationsstils.

Von den beiden öffentlich-rechtlichen Wellen scheint WDR2 diejenige zu sein, die in ihrer ‚Corporate Identitiy' sowohl ‚anchor-men' als auch ‚anchor-women' fest vorgesehen hat. Ein Indiz, das diese Annahme untermauert: Die zentralen Sendungen auf WDR2 wurden bis zur Programmreform von ModeratorInnen-Duos bestritten – und zwar von paritätisch besetzten. Bei 1live dagegen scheint ein einheitlicher Moderationsstil im Vordergrund zu stehen. Ob die Welle sich nach außen eher mit weiblichem oder männlichem Gesicht präsentiert, scheint intern für die Besetzung ohne Relevanz zu sein.

Das unterhaltungsorientierte, ‚durchhörbare' Format der nordrhein-westfälischen Lokalradios wird durch die Verteilung der moderationsbezogenen Variablen gut abgebildet. Es fällt auf, dass Männer hinter dem Mikrofon dieses Format konsequenter umzusetzen scheinen. Eine plausible Erklärung, die die Ergebnisse der Redaktionsbefragung (Werner/Rinsdorf 1998: 126-127; Details zu diesem Untersuchungsschritt siehe S. 223-224 im Anhang) nahe legen: Mehr Männer als Frauen scheinen als Spezialisten Moderationsparts zu übernehmen, während Frauen offenbar eher als journalistische Allrounderinnen Sendungen fahren. Was die Präsenz von Frauen und Männern on air betrifft, überlagern sich pragmatische und normative Argumentationslinien: Auf der einen Seite werden männliche oder weibliche Überhänge in der Moderation eher als zufällige Produkte des Arbeitsmarktes denn als Ergeb-

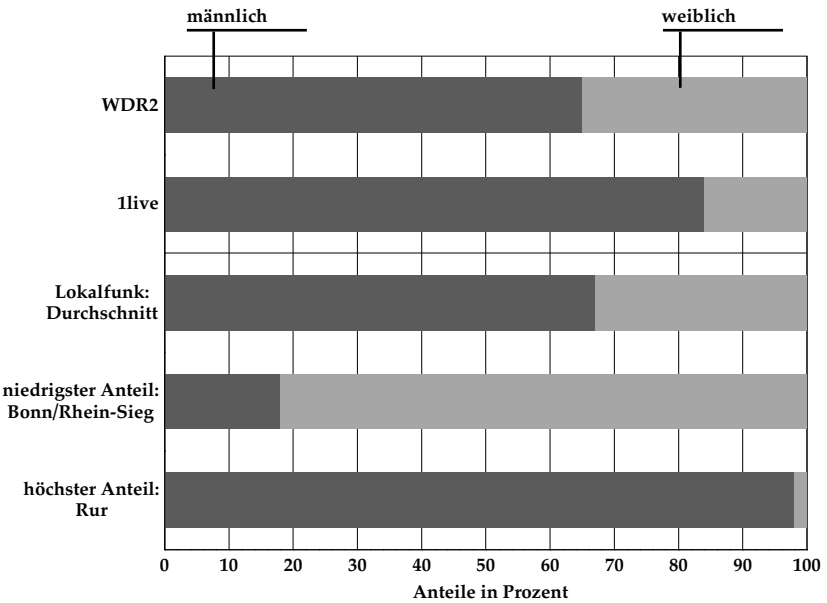
nis bewusster Personalpolitik beschrieben (Werner/Rinsdorf 1998: 129). Auf der anderen Seite gibt es ChefredakteurInnen, die eventuell vorhandene Defizite bei der Präsenz von Frauen in den Moderationskabinen abbauen möchten – wenn auch nicht zu Lasten der Qualität, wie schnell hinzugefügt wird (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 116). Oder die sogar explizit auf Gleichverteilung setzen – hierzu ein Chefredakteur: „Bei der Moderation ist Ausgeglichenheit viel wichtiger als bei der redaktionellen Besetzung, weil es direkt um die Wahrnehmung durch die Rezipienten geht." (Werner/Rinsdorf 1998: 119-120)

4.1.2 JournalistInnen

Wenn auch die ModeratorInnen unzweifelhaft in der Außendarstellung eine wichtigere Rolle spielen als die übrigen JournalistInnen, so füllen diese doch den größten Teil des Programms. Auch die JournalistInnen, die on air zu hören sind, sind sowohl beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch beim Lokalfunk in der Mehrheit Männer.

Der Lokalfunk liegt im Schnitt über alle Sender nahe bei WDR2 (vgl. Abb. 21): Etwa zwei Drittel der Beiträge werden von Journalisten gesprochen, ein Drittel von Frauen. 1live dagegen fällt selbst gegen dieses Ergebnis noch weit zurück: lediglich für etwa ein Sechstel der Beiträge zeichnet eine Journalistin verantwortlich.

Anteile von JournalistInnen on air **Abb. 21**

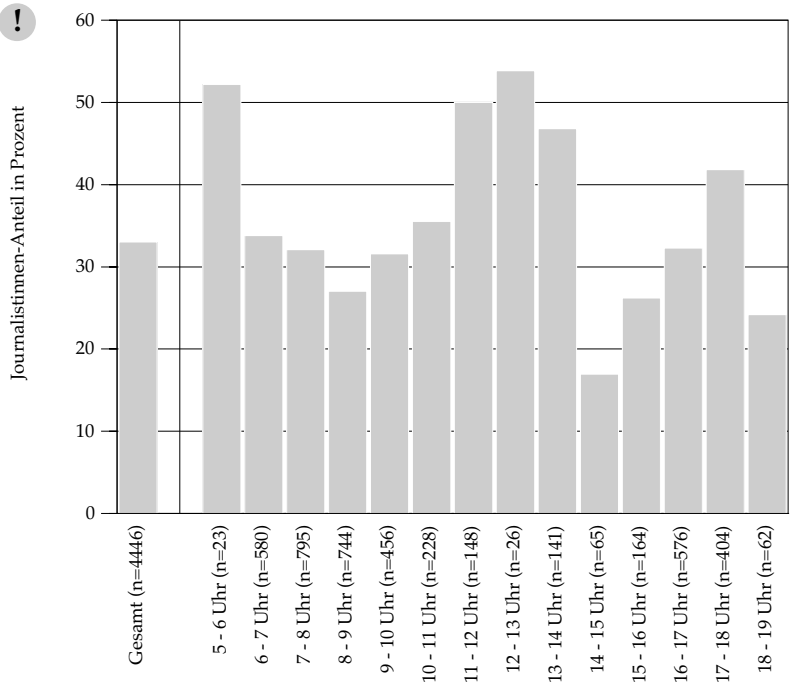


Wieviele Journalistinnen und Journalisten sind im Programm zu hören? Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge, 219 Beiträge von 1live und 314 Beiträge von WDR2. Lesebeispiel: 65 Prozent der JournalistInnen im Programm von WDR2 sind männlich, 35 Prozent sind weiblich.

Über den Tag sind bei allen Wellen Schwankungen zu verzeichnen: Während sowohl bei WDR2 als auch beim Lokalfunk (vgl. hierzu Abb. 22 auf der nächste Seite) Journalistinnen ihre Beiträge häufiger in den reichweitenschwächeren Mittags- und Nachmittagssendungen platzieren bzw. ‚verstecken', sind die (wenigen) Journalistinnen bei 1live gerade in den reichweitenstarken Morgenstunden aktiv: Da wächst der Anteil der Beiträge von Journalistinnen von einem Sechstel auf ein Viertel.

Für den Lokalfunk wissen wir, dass Beitragsproduktion und -präsentation nahezu hundertprozentig zusammenfallen – wer ein Thema recherchiert und bearbeitet, produziert und spricht den Beitrag auch selbst. Für die beiden WDR-Wellen gilt in etwa dasselbe. Nur wenige, vorwiegend sehr lange Beiträge werden noch von SprecherInnen gesprochen. Auch beim Einsatz von SprecherInnen ist es Usus, Beiträge von Frauen von Frauen, solche von Männern von Männern sprechen zu lassen. Das heißt: Die Anteile der von Frauen bzw. Männern gesprochenen Beiträge entsprechen im Wesentlichen den Anteilen von Frauen und Männern an der Beitragsproduktion. Diese Hintergrund-Information ist insbesondere dann relevant, wenn es um die Frage geht, ob Journalistinnen eventuell andere Themen bearbeiten, andere AkteurInnen präsentieren oder sich durch einen anderen Sprachstil profilieren.

JournalistInnen im Lokalfunk im Tagesverlauf **Abb. 22**



Wie hoch ist der Anteil der von Journalistinnen produzierten Beiträge zu unterschiedlichen Sendezeiten im Lokalfunk? Untersucht wurden 4446 Lokalfunk-Beiträge. Lesebeispiel: Insgesamt sind 33 Prozent der Beiträge von Journalistinnen, zwischen 5 und 6 Uhr sind es 52 Prozent.

Zwischen den einzelnen Lokalfunk-Stationen schwankt der Anteil der Beiträge von Journalistinnen erheblich – er liegt zwischen 2 und 82 Prozent. In den Programmen der fünf Stationen auf der linken Seite von Abb. 23 ist die mangelnde Präsenz von Frauen im Untersuchungszeitraum unüberhörbar: Höchstens ein Zehntel aller JournalistInnen on air sind weiblich. Von einer angemessenen Präsenz von Frauen im Programm kann hier nicht die Rede sein. Nahezu vollständig ausgeblendet werden Frauen in den Beiträgen von Radio Rur: Lediglich zwei von 108 Beiträgen werden von Frauen gesprochen.

JournalistInnen on air: Extremwerte im Lokalfunk **Abb. 23**

5 Sender mit dem geringsten Anteil an Beiträgen von Journalistinnen in der Stichprobe	5 Sender mit dem höchsten Anteil an Beiträgen von Journalistinnen in der Stichprobe
Radio Rur (2 Prozent)	Radio Bonn/Rhein-Sieg (82 Prozent)
Antenne Düsseldorf (3)	Radio Aachen 100,eins (76)
Radio Westfalica (4)	Radio 91,2 (67)
Westmünsterland-Welle (5)	Radio Neandertal (64)
Radio KW (9)	Antenne AC (63)

Drei der fünf Stationen, die fast keine Beiträge von Frauen über den Äther schicken, haben in der Tat auch fast keine Frauen ‚hinter den Kulissen' in der Redaktion aufzuweisen (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 73). Der vierte Sender – Antenne Düsseldorf – stellte keine Daten zur Personalsituation zur Verfügung. Bei sechs Stationen waren Frauen on air in der Mehrheit – darunter sowohl Sender mit einer starken Frauenpräsenz in der Redaktion wie auch solche mit einer geringen. Bei 1live klafft die Schere zwischen der Präsenz von Frauen unter den ‚einfachen' RedakteurInnen ohne besondere Aufgaben und der Präsenz von Journalistinnen on air besonders weit auseinander: Sind im ‚back office' vier von zehn Personen weiblich, so sind es bei den JournalistInnen auf Sendung nur (weniger als) zwei von zehn. Nahezu deckungsgleich sind dagegen die Anteile der Frauen on und off air bei WDR2 – sie liegen bei je rund einem Drittel.

Mit diesen ‚Hintergrund-Informationen' sind die unterschiedlichen Anteile von Journalistinnen und Journalisten on air nicht abschließend zu erklären. Denn erstens stammt ein erklecklicher, aber nicht zu spezifizierender Anteil von Beiträgen von freien AutorInnen. Und zweitens macht sich hier eine in den Stationen individuell unterschiedliche Arbeitsteilung bemerkbar.

Bei 1live und beim Lokalfunk (im Schnitt über alle Stationen) arbeiten die Journalistinnen offenbar hauptsächlich für die Nachrichten. Bei 1live präsentieren sie ein Viertel aller Nachrichtenbeiträge, außerhalb der Nachrichten weniger als ein Zehntel. Weniger krass, aber dennoch ausgeprägt ist dieser Unterschied beim Lokalfunk; die Vergleichswerte liegen hier bei 39 bzw. 31 Prozent der Beiträge. Auch bei der Analyse der Arbeitsorganisation in ausgewählten Lokalfunk-Stationen fiel auf, dass Journalistinnen häufiger im ‚back office' aktiv sind. Eine befragte Redakteurin kommentierte ihre Funktion als Nachrichten-Chefin: „Viel Arbeit, wenig Anerkennung – das ist wie Hausarbeit." (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 126).

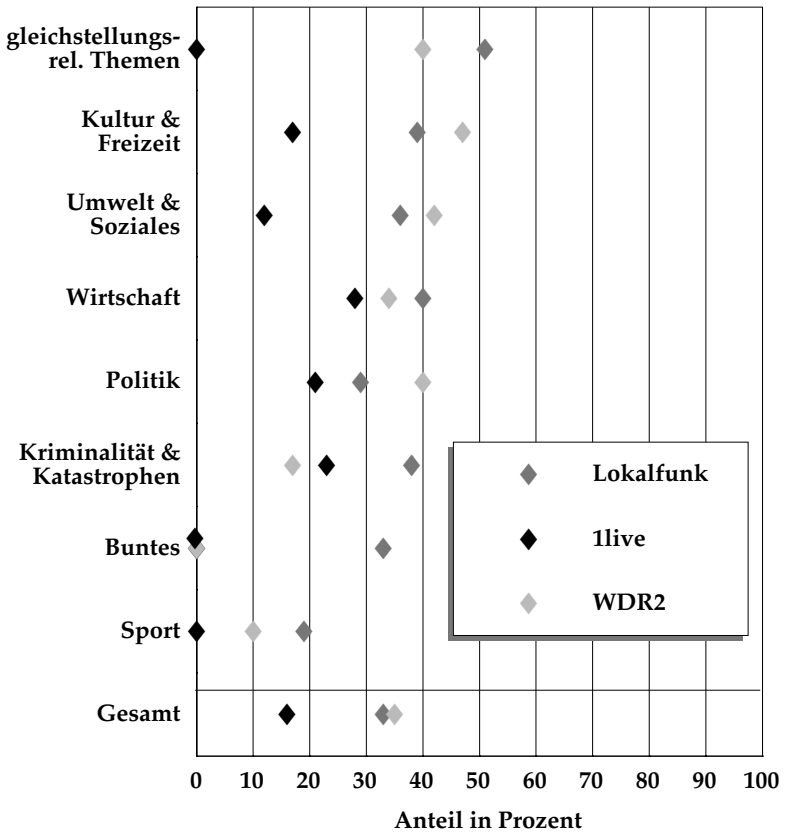
Bei WDR2 ist diese Konzentration von Frauen auf die Nachrichten nicht zu erkennen.

Mit ihrem jeweiligen Anteil am Nachrichtenjournalismus lassen sich auch die unterschiedlichen Anteile von Männern und Frauen bei der Bearbeitung einzelner Themenfelder erklären (vgl. Abb. 24 auf der nächsten Seite).

Klassische ‚Nachrichtenthemen' wie Politik und Wirtschaft, Kriminalität und Katastrophen werden bei 1live überdurchschnittlich häufig von Frauen präsentiert. Themen, die tendenziell außerhalb der Nachrichten stattfinden, sind eher in Männerhand – beispielsweise gibt es keinen Beitrag einer Journalistin zu einem potenziell gleichstellungsrelevanten Thema. Anders bei WDR2: Hier gibt es keine deutlichen Themenschwerpunkte von Journalistinnen oder Journalisten. Bei den

‚großen' Themen sind Frauen mindestens entsprechend ihrer Gesamtpräsenz vertreten, unterrepräsentiert sind sie nur bei Kriminalität und Katastrophen, in der Sportberichterstattung und bei den ‚bunten' Themen. Auch im Lokalfunk suchen die Journalistinnen sich kaum thematische ‚Nischen' – lediglich ihre Überrepräsentanz bei den gleichstellungsrelevanten Themen und ihre Unterrepäsentanz in der Sportberichterstattung erfüllen das Klischee.

Anteile von JournalistInnen nach Themen **Abb. 24**



Wie viele Beiträge zu unterschiedlichen Themenfeldern stammen von Journalistinnen? Die Grafik zeigt den Anteil der Beiträge, die on air von Journalistinnen präsentiert werden, an allen Beiträgen zu diesem Themenfeld. Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge, 219 Beiträge von 1live und 314 Beiträge von WDR2. Lesebeispiel: Keiner der 1live-Beiträge zu einem gleichstellungsrelevanten Thema wird von einer Journalistin präsentiert, 40 Prozent der WDR2-Beiträge und 51 Prozent der Lokalfunk-Beiträge zu diesem Themenfeld.

Mit anderen Worten: Auf den untersuchten Wellen sind Frauen überwiegend in den „Kernbereichen des Journalismus" tätig (Klaus 1998: 172; vgl. auch Kap. 1.4.1.1).

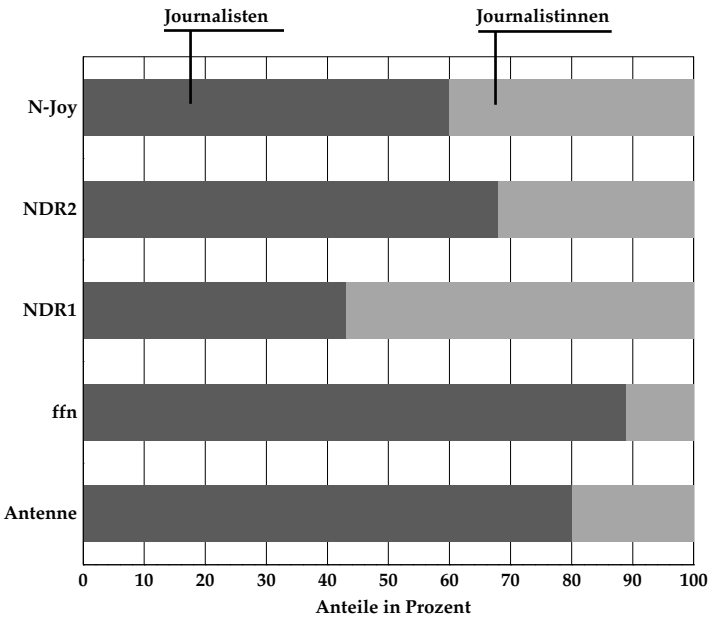
Diese Ergebnisse sind nicht direkt mit den Befunden von Cornelißen vergleichbar. Denn Cornelißen differenziert bei den journalistischen Funktionen nach SprecherIn, ModeratorIn, anderer JournalistIn, HörerIn und ExpertIn. Als SprecherInnen sollen laut Codiervorgaben „(Nachrichten)sprecherInnen" erfasst werden, die einen Text verlesen, „der vermutlich nicht von ihnen selbst verfasst wurde" (Cornelißen/Gebel 1999: 242).

Zumindest auf den untersuchten nordrhein-westfälischen Wellen existiert eine SprecherInnen-Funktion in dieser Form nicht mehr; sowohl ‚prompt' auf 1live als auch die ‚Nachrichtenmagazine' auf WDR2 werden von redaktionellen MitarbeiterInnen präsentiert. In der niedersächsischen Studie wurden vermutlich NachrichtenredakteurInnen generell als SprecherInnen codiert. Für einen Vergleich der Befunde habe ich daher ‚SprecherInnen' und ‚andere JournalistInnen' zusammengezählt.

Die niedersächsischen Daten streuen damit ähnlich breit wie die nordrhein-westfälischen (vgl. Abbildung 25 auf der nächsten Seite). Allerdings zeigt sich auch hier wieder, dass die ‚Jugendwelle' N-Joy deutlich stärker als die vergleichbare Welle

1live auf die Beteiligung von Frauen setzt. NDR2 und WDR2 als die großen Service-Wellen liegen erstaunlich nahe beieinander. Die beiden privaten Sender Antenne und ffn sind die Schlusslichter; in Nordrhein-Westfalen gab es im Gegensatz dazu ja auch einzelne Lokalsender, die mehrheitlich Beiträge von Journalistinnen über den Äther schicken. Was die Themenschwerpunkte angeht, die sich Journalistinnen und Journalisten in ihrer Arbeit möglicherweise setzen, sprechen die Befunde aus Niedersachsen keine deutliche Sprache – das liegt in erster Linie wieder daran, dass bei den zu Wort kommenden Personen in der Regel nicht nach JournalistInnen und AkteurInnen wie zum Beispiel ExpertInnen unterschieden wurde. Lässt man diese Unschärfe beiseite, so zeigen sich gegenläufige Trends: Cornelißen entdeckte „geschlechtsspezifische Affinitäten" zu einzelnen Themen. Der Sport erwies sich als Männerdomäne, ebenso Kriminal- und Gerichtsfälle, Außenpolitik, öffentliche Finanzen sowie Forschung/Technologie. Frauen hingegen hatten bei haushaltsnahen Themen relativ gute Chancen, zu Wort zu kommen, auch bei den Themen Umwelt und Religion/Kirche. Die Frauenpolitik war dagegen ganz klar von Frauen dominiert: In der niedersächsischen Stichprobe stellten Frauen bei diesem Thema 91 Prozent aller Personen on air (Cornelißen/Gebel 1999: 136).

JournalistInnen on air im niedersächs. Hörfunk **Abb. 25**

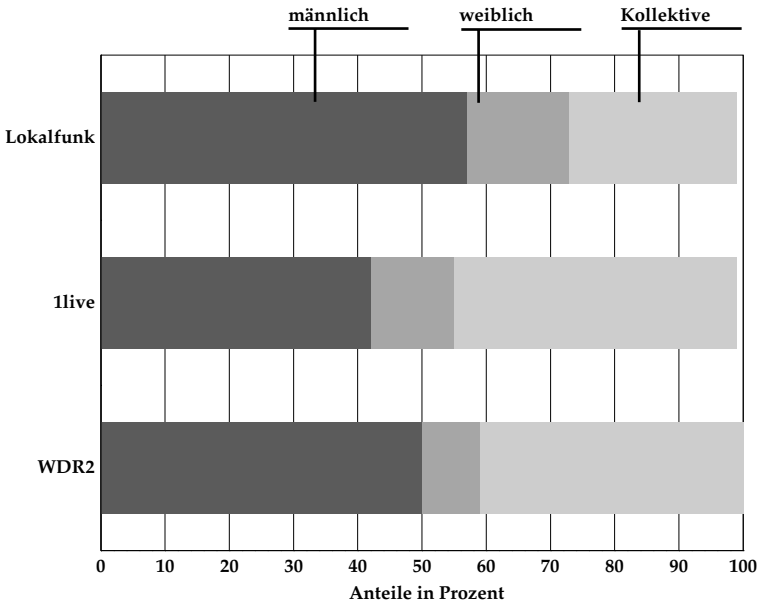


Wieviele Journalisten und Journalistinnen sind on air zu hören? Untersucht wurden insgesamt 6.155 Beiträge der abgebildeten niedersächsischen Wellen. Quelle: Cornelißen/Gebel 1999: 269. Lesebeispiel: 60 Prozent der JournalistInnen im Programm von N-Joy sind männlich, 40 Prozent sind weiblich.

4.1.3 Akteurinnen

Während die Sendeanstalten bzw. Redaktionen der untersuchten Programme die Zahl der Journalistinnen und Journalisten, deren Stimmen über den Äther gehen, mit Mitteln der Personalpolitik direkt steuern können, greifen bei den AkteurInnen andere Mechanismen: Welche Themen bearbeitet werden und welche Personen zu Objekten der Berichterstattung werden, wird durch zahlreiche Einflussgrößen mitbestimmt (vgl. hierzu Kapitel 1.4). Wie häufig über Männer und Frauen berichtet wird, und in welchen Funktionen sie mit einem O-Ton zu Wort kommen, sagt dennoch etwas darüber aus, ob eine Welle sich die Verwirklichung von Gleichberechtigung auf die Fahnen geschrieben hat oder nicht.

AkteurInnen on air **Abb. 26**



Wie viele Akteurinnen und Akteure kommen vor? Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge mit insg. 7076 AkteurInnen, 219 Beiträge von 1live mit 549 AkteurInnen und 314 Beiträge von WDR2 mit 742 AkteurInnen. Bei den Kategorien „männlich" bzw. „weiblich" wurden Einzel-AkteurInnen, Kunstfiguren sowie Kollektive zusammengefasst. An 100 fehlende Prozent: Geschlecht nicht feststellbar. Lesebeispiel: 57 Prozent der AkteurInnen im Lokalfunk sind männlich.

Weder der Lokalfunk noch die beiden öffentlich-rechtlichen Programme haben in dieser Hinsicht viel zu bieten (vgl. Abb. 26). In allen untersuchten Programmen sind Frauen ganz deutlich in der Minderheit. Die Präsenz von Journalistinnen in der Redaktion oder einer Chefredakteurin an der Spitze hat dabei keinen erkennbaren Einfluss auf die Geschlechterverteilung unter den AkteurInnen (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 74).

Beim Anteil der Akteurinnen on air liegen die 41 untersuchten Lokalfunk-Stationen deutlich näher beieinander als beispielsweise beim Anteil der Journalistinnen on air (vgl. Abb. 27). Die Stationen mit den niedrigsten Akteurinnen-Anteilen liegen noch hinter den öffentlich-rechtlichen Programmen. Radio Berg, der Sender mit den meisten Akteurinnen on air, präsentiert dagegen nahezu dreimal so viele Frauen wie WDR2.

AkteurInnen on air: Extremwerte im Lokalfunk **Abb. 27**

5 Sender mit dem geringsten Anteil Akteurinnen in der Stichprobe	5 Sender mit dem höchsten Anteil Akteurinnen in der Stichprobe
Radio WAF (5 Prozent)	Radio Berg (28 Prozent)
Westmünsterland-Welle (6)	Radio FiV (25)
Radio Hagen (8)	Radio Bielefeld (24)
Radio Leverkusen (8)	radio RST (22)
Radio Aachen 100,eins (9)	Radio Westfalica (20)

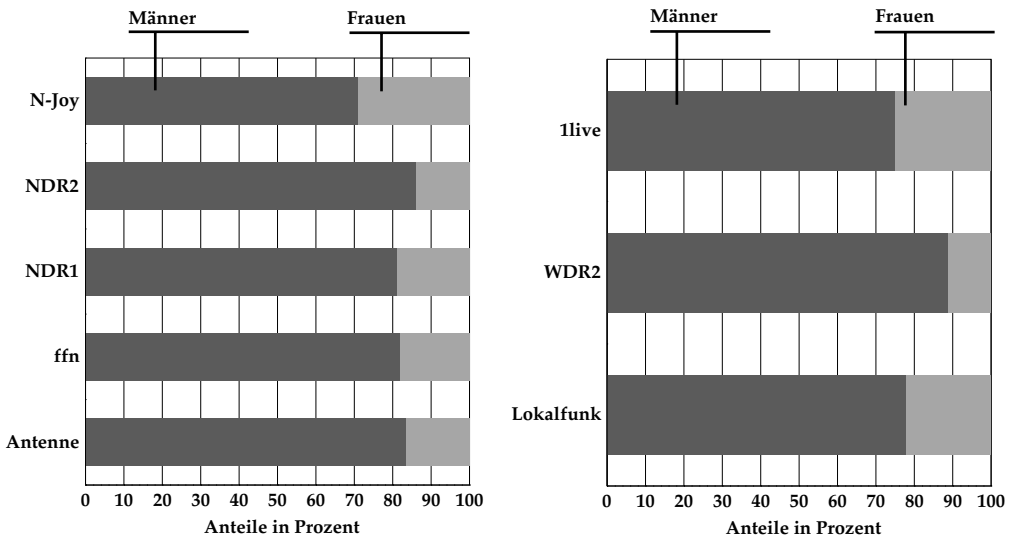
Im Schnitt über alle Stationen räumt der Lokalfunk Frauen mehr Platz ein als die öffentlich-rechtlichen Programme, er liegt allerdings auch beim Anteil der männlichen Akteure

vorn – berichtet also personenorientierter. In den Programmen von 1live und WDR2 tauchen deutlich mehr ‚gemischte Kollektive' auf, zum Beispiel „die Mitglieder der SPD-Fraktion", „Hoesch-Arbeiter" oder „Einzelhandelskunden". Frauen sind hier in der Regel durch die männliche Form ‚mitgemeint'.

Um diese Zahlen mit den Ergebnissen von Cornelißen für den niedersächsischen Hörfunk vergleichen zu können, müssen

- erstens Kollektiv-AkteurInnen sowie männliche und weibliche Gruppen und
- zweitens diejenigen AkteurInnen herausgerechnet werden, die auch im O-Ton zu Wort kommen (diese wurden von Cornelißen ja als Personen mit journalistischer Funktion codiert).

AkteurInnen on air in NRW und Niedersachsen **Abb. 28**



Wie viele der erwähnten Personen sind Männer, wie viele Frauen? Untersucht wurden 6.155 Beiträge der abgebildeten niedersächsischen Wellen mit 6.251 erwähnten Personen, 4.494 Lokalfunk-Beiträge mit 4.074 Personen, 219 Beiträge von 1live mit 238 Personen und 314 Beiträge von WDR2 mit 359 Personen. Quelle: Cornelißen/Gebel 1999: 126. Lesebeispiel: 71 Prozent der erwähnten Personen im Programm von N-Joy sind Männer, 29 Prozent sind Frauen; bei 1live beträgt das Verhältnis 75 zu 25 Prozent.

Die Ergebnisse liegen insofern nahe beieinander, als die beiden informationsorientierten Programme NDR2 und WDR2 am häufigsten über Männer berichten (vgl. Abb. 28). Die beiden Jugendwellen N-Joy und 1live dagegen räumen Frauen in der Berichterstattung – relativ betrachtet – den meisten Platz ein. Diese Differenzen hängen eng zusammen mit den thematischen Ausrichtungen der Programme: Während bei 1live Kultur und Freizeit an erster Stelle stehen, wird die Liste der häufigsten Themen bei WDR2 von Politik und Wirtschaft angeführt. Diesen Zusammenhang mit den jeweiligen Anteilen an ‚Hard News' bzw. ‚Soft News' und Wortunterhaltung konstatiert auch Cornelißen (Cornelißen/Gebel 1999: 126-127).

Rechnet man das Vorkommen der AkteurInnen auf Beitragsebene herunter, so verschiebt sich das Gesamtbild nur unwesentlich. Allerdings zeigt sich aus dieser Perspektive: In einem erklecklichen Teil der Beiträge kommen überhaupt keine Menschen vor – keine erfassten, muss man hinzufügen: War beispielsweise von der „Staatsanwaltschaft“ oder der „Stadtverwaltung“ die Rede, dann wurden diese unpersönlichen Bezeichnungen nicht als AkteurInnen codiert. Mit 17 Prozent aller Beiträge in der Stichprobe liegt dieser Wert beim Lokalfunk eher hoch – was sicherlich auch am hohen Anteil von Moderationsgeplauder liegt. Wenn der Moderator die HörerInnen über sein off air eingenommenes Frühstück im Allgemeinen und den eben verzehrten Brötchenbelag im Besonderen informiert, kommen eben keine Personen vor. Die Werte von 1live und WDR2 liegen mit elf bzw. acht Prozent etwas niedriger. Der weitaus größte Teil der Beiträge kommt allerdings ohne Akteurinnen aus – bei WDR2 beträgt der Anteil 86 Prozent, beim Lokalfunk 81 Prozent und bei 1live 78 Prozent.

Eine weitere Kenngröße ist die akustische Dominanz des männlichen Geschlechts: Männer sprechen über Männer (oder über abstrakte, unpersönliche Institutionen), Frauen bleiben außen vor. Dass Frauen weder als Berichterstatterinnen noch als Objekte der Berichterstattung im Programm auftauchen, ist bei über der Hälfte aller untersuchten Beiträge der Fall (Lokalfunk 54 %, 1live 62 %, WDR2 55 %).

Die zahlenmäßig geringere Präsenz von Frauen im Programm wird teilweise dadurch ausgeglichen, dass Beiträge mit Akteurinnen im Schnitt länger dauern als solche ohne Akteurinnen. Der Median liegt für Beiträge ohne Akteurinnen zwischen 20 Sekunden beim Lokalfunk und 26 Sekunden bei WDR2. Für Beiträge mit Akteurinnen bewegt er sich entsprechend der unterschiedlichen Formatvorgaben weiter auseinander: Beim Lokalfunk liegt der Median der Dauer bei 30 Sekunden, bei WDR2 bei 47 Sekunden und bei 1live gar bei 92 Sekunden. Für dieses Ergebnis lassen sich wiederum die beiden bereits erwähnten Erklärungsmuster heranziehen: Gerade die kurzen Nachrichtenbeiträge, die ja in allen Programmen einen großen Teil aller Beiträge ausmachen, kommen häufig ohne Akteurinnen aus. Überdurchschnittlich häufig tauchen Frauen bei Gruß- und Spielaktionen, in Kultur- und bunten Beiträgen auf – und die dauern in der Regel länger (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 79).

4.1.4 GesprächspartnerInnen

Eine vierte, quantitativ schwächer besetzte Gruppe von Personen on air sind die GesprächspartnerInnen. Damit sind nicht AkteurInnen gemeint, die in einem – von der JournalistIn ausgewählten – O-Ton im Programm zu hören sind. Als Ge-

sprächspartnerInnen gelten hier nur diejenigen, die entweder von einer JournalistIn interviewt werden oder die sich selbst beim Sender melden und sich als HörerInnen ins Programm einklinken.

Zumindest beim Lokalfunk ist die Geschlechterverteilung bei den GesprächspartnerInnen etwas ausgeglichener als in den übrigen Gruppen: Insgesamt tauchen 310 GesprächspartnerInnen in 238 Beiträgen auf; davon sind 40 Prozent weiblich und 60 Prozent männlich.

Wenn Frauen am Telefon interviewt werden oder zu Gast im Studio sind, dann meist nicht in einer bestimmten Funktion. 57 Prozent der Gesprächspartnerinnen sind ‚funktionslose Bürgerinnen', der Vergleichswert bei den Männern liegt bei 39 Prozent. Männer haben eine größere Chance, als Experten geladen zu werden: Immerhin 14 Prozent der männlichen Gesprächspartner werden als Experten präsentiert; von den Frauen sind es nur 5 Prozent.

Im Lokalfunk sind Frauen als gezielt eingeladene Interviewparterinnen also eher eine Ausnahme; häufiger sind sie Hörerinnen, die sich an Spielen oder Grußaktionen beteiligen. Dementsprechend geht es in den Gesprächen mit Frauen überwiegend um Kultur und Freizeit oder um ‚sonstige' Themen. Über drei Viertel aller Gespräche mit Frauen drehen sich um diese Inhalte. Bei den Männen ist es weniger als die Hälfte. Wird dagegen im Lokalfunk über Politik geredet, dann vorzugsweise mit Männern – in fünfzehn Interviews zu einem politischen Thema waren dreizehnmal Männer die Gesprächspartner (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 78).

In den öffentlich-rechtlichen Programmen ist die absolute Zahl der GesprächspartnerInnen natürlich aufgrund der kleineren Stichprobe viel geringer. In den gezogenen 1live-Sendestunden waren 30 GesprächspartnerInnen zu hören – relativ zur Zahl der analysierten Beiträge sind das etwa doppelt so viele wie im Lokalfunk. Die zweite Welle des WDR lädt dagegen kaum GesprächspartnerInnen ins Programm – insgesamt waren es nur acht.

Von den 30 GesprächspartnerInnen im Programm von 1live sind acht – also gut ein Viertel – weiblich. Fünf von ihnen sind Hörerinnen, die sich ins Programm eingewählt haben; drei sind Prominente, die dem Sender ein Interview geben. Entsprechend dieser Status-Verteilung kommen Gesprächspartnerinnen bei 1live eher bei weniger ‚gewichtigen' Themen zu Wort: Die Gespräche drehen sich um Buntes, ums Wetter, zweimal um Partnerschaft. Etwa die Hälfte der 22 männlichen Gesprächspartner sind Hörer; immerhin ein gutes Drittel wird dem Publikum als Experte vorgestellt. Das Themen-Spektrum der Gespräche ist deutlich breiter; es reicht von Politik über Umwelt und Soziales bis zu Kultur und Freizeit sowie Partnerschaft.

Im Programm von WDR2 spielen GesprächspartnerInnen – wie schon angedeutet – eine ganz andere Rolle als im Lokalfunk oder auf 1live. Alle, die in einem Interview zu Wort kommen, sind offensichtlich ‚geladene Gäste', HörerInnen sind nicht dabei. Drei der acht GesprächspartnerInnen sind Frauen, die auch andere Funktionen bekleiden als die in den anderen Programmen interviewten Frauen – eine ist Politikerin, eine UnternehmerIn und eine vertritt die Interessen eines Vereins.

4.1.5 Zusammenfassung: Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Zunächst ist festzuhalten: Auch im nordrhein-westfälischen Hörfunk spielen Frauen eine randständige Rolle – ebenso wie in anderen Massenmedien, die bislang unter diesem Aspekt beleuchtet wurden. Was die Präsenz von Frauen im Programm angeht, ist der Hörfunk weit davon entfernt, sich als ‚Frauenmedium' zu profilieren. Nur einige wenige lokale Stationen fallen durch eine stärkere Beteiligung von Frauen auf. Davon abgesehen liegen der Lokalfunk einerseits und die beiden untersuchten öffentlich-rechtlichen Wellen andererseits recht nah beieinander: Die Unterschiede zwischen WDR2 und 1live sind bei einzelnen der analysierten Dimensionen ausgeprägter als der Abstand zum privaten Rundfunk (zur ausführlichen Bewertung der Ergebnisse vgl. Kap. 4.7).

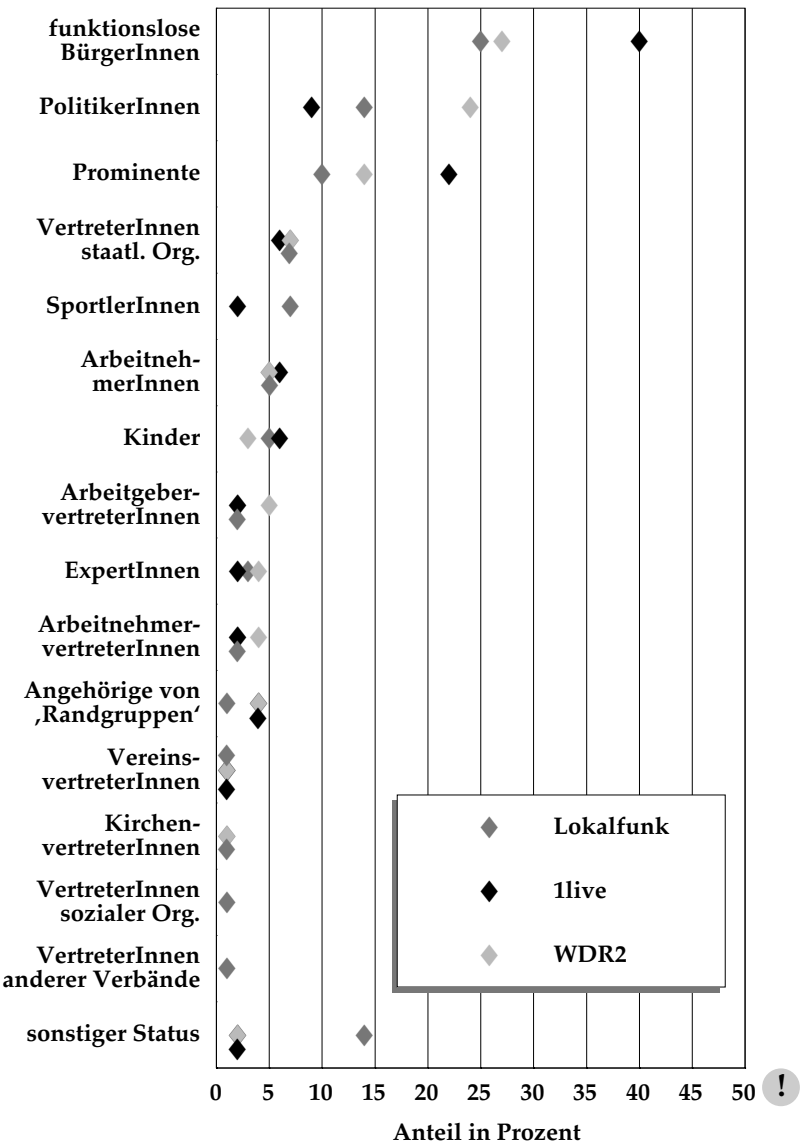
4.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Ging es auf den vorangegangenen Seiten um das ‚Wieviel' der Berichterstattung von und über Frauen, so drehen sich die folgenden Abschnitte um das ‚Wie' der Berichterstattung. Zur Analyse der Männer- und Frauenbilder, die der nordrhein-westfälische Hörfunk zeichnet, werden Status der agierenden Personen sowie Rollenstereotype in der Berichterstattung näher beleuchtet.

4.2.1 Status der AkteurInnen

Will man dominante Zuordnungen von Männern bzw. Frauen zu bestimmten gesellschaftlichen Rollen oder Funktionen freilegen, so lohnt sich ein erster Blick auf die generelle Orientierung eines Programms: Welche AkteurInnen spielen eine Rolle, welche kommen kaum oder gar nicht vor?

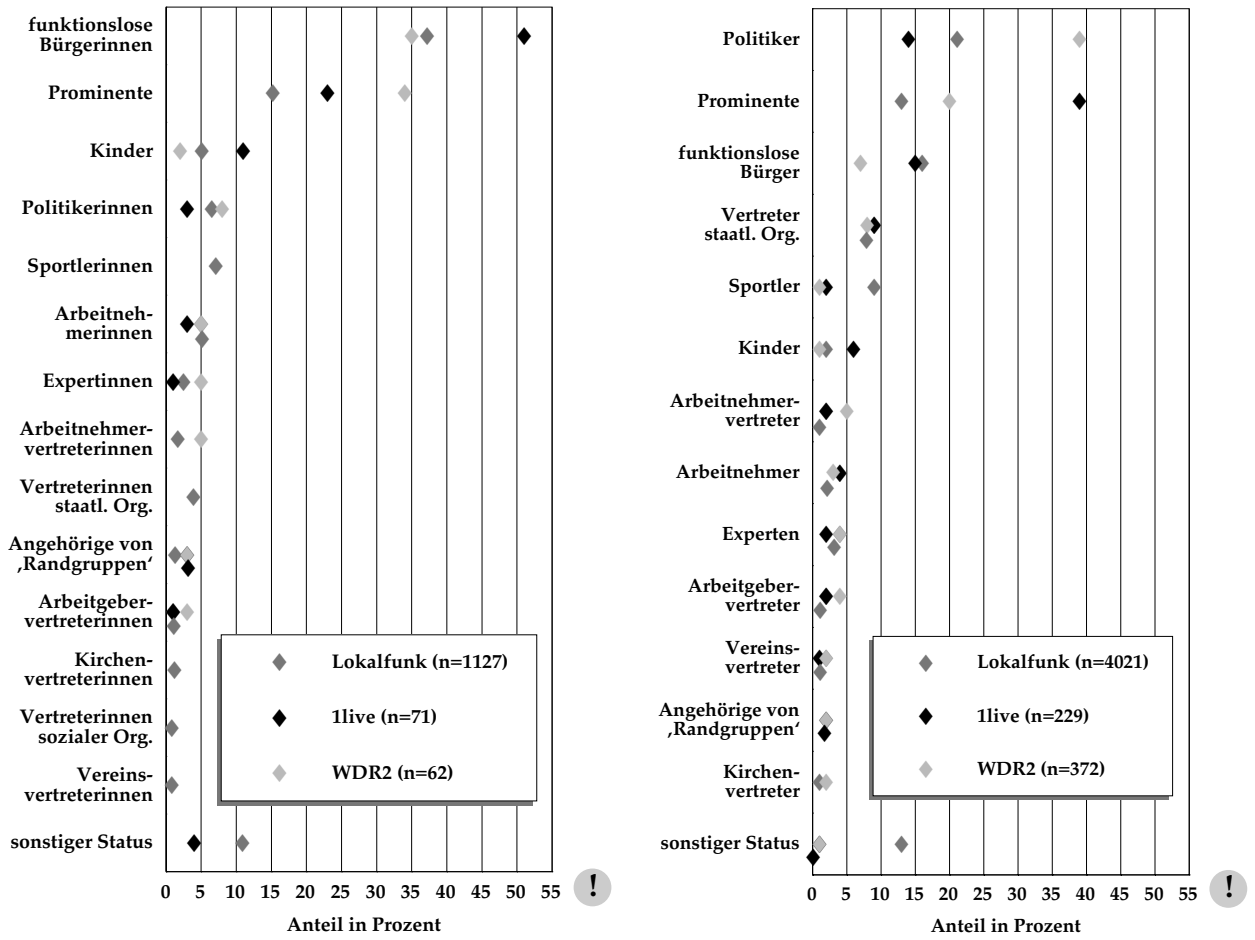
Status der AkteurInnen on air **Abb. 29**



Status der Akteurinnen und Akteure. Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge mit insg. 7076 AkteurInnen, 219 Beiträge von 1live mit 549 AkteurInnen und 314 Beiträge von WDR2 mit 742 AkteurInnen. Statusgruppen, die einen Prozentanteil von weniger als 0,5 erreichen, werden in der Grafik nicht dargestellt. Wenn in einer Zeile eines der Symbole nicht auftaucht, so liegt der entsprechende Prozentanteil also unter 0,5 Prozent. Lesebeispiel: Im Programm von 1live sind 40 Prozent der AkteurInnen funktionslose BürgerInnen.

Abb. 29 zeigt, dass sich die untersuchten Programme in unterschiedlichen gesellschaftlichen Räumen aufhalten: 1live hat die höchste Quote an ‚funktionslosen' BürgerInnen aufzuweisen – ein Indiz für eine Berichterstattung, die sich – vergleichsweise – stark an den HörerInnen und ihrer Privatwelt orientiert. WDR2 dagegen bewegt sich erkennbar stärker im öffentlichen Raum: In keinem der anderen Programme tauchen annähernd so viele PolitikerInnen auf, auch bei den übrigen AkteurInnen aus dem öffentlichen Raum wie zum Beispiel ArbeitgebervertreterInnen oder ExpertInnen liegt WDR2 leicht vorn. Der Lokalfunk tut sich in keiner der erfassten Statusgruppen besonders hervor, sondern wartet stattdessen mit einem

Status von Akteurinnen und Akteuren im Vergleich **Abb. 30**



Status der Akteurinnen und Akteure im Vergleich. Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge mit insg. 7076 AkteurInnen, 219 Beiträge von 1live mit 549 AkteurInnen und 314 Beiträge von WDR2 mit 742 AkteurInnen. Statusgruppen, die einen Prozentanteil von weniger als 0,5 erreichen, werden in der Grafik nicht dargestellt. Wenn in einer Zeile eines der Symbole nicht auftaucht, so liegt der entsprechende Prozentanteil also unter 0,5 Prozent. Lesebeispiel: Im Programm von 1live sind 51 Prozent der Akteurinnen funktionslose Bürgerinnen.

recht breiten Spektrum an AkteurInnen auf (beispielsweise VertreterInnen sozialer Organisationen tauchen nur im Lokalfunk in nennenswertem Umfang auf – wenn sie auch dort keine wirkliche Rolle spielen).

Ein Blick auf Akteurinnen und Akteure im Vergleich zeigt (vgl. Abb30): Die Domäne der Frauen ist das ganz normale ‚Mensch-Sein', Männer hingegen haben eine Aufgabe in der Welt, nämlich die politische Entscheidung über die Geschicke des Landes und seine Verwaltung. Prominente sind bei beiden Geschlechtern stark vertreten; die meisten übrigen Statusgruppen krebsen eher am unteren Ende der Skala herum. Damit bestätigt diese Untersuchung die Befunde anderer einschlägiger Studien, nach denen Frauen „vermehrt als Laien und Alltagspersonen … und nicht als kompetente und wissende Fachleute" gezeigt werden (Prenner 1995: 166; vgl. ausführlich Kap. 1.4.21).

Die generellen Profile der einzelnen untersuchten Sender bilden sich in den Verteilungen recht gut ab: WDR2 präsentiert Politiker, Prominente und daneben vor allem organisierte Akteure bzw. Institutionenvertreter – beispielsweise kommen Vertreter von Arbeitnehmer-Organisationen häufiger vor als Arbeitnehmer. Bei den beiden anderen Wellen ist es umgekehrt. Andererseits führen diese ‚klassischen' Berichterstattungsmuster auch dazu, dass WDR2 die beiden anderen bei der Präsenz von Prominenten, Politikerinnen und Expertinnen überholt.

Im Programm von 1live zeigt sich die weibliche Spezialisierung auf das Laientum besonders deutlich: Über die Hälfte aller Akteurinnen, die die 1live-Berichterstattung bevölkern, sind Alltagspersonen. In ähnlich hervorgehobener Position findet sich die männliche Prominenz, die 39 Prozent aller Akteure stellt. Hier handelt es sich im Wesentlichen um Musik- oder Filmstars. PolitikerInnen sind dagegen weit abgeschlagen.

Der Lokalfunk hingegen zeigt sich wiederum recht vielseitig: Bei Prominenten beiderlei Geschlechts bleibt er weit hinter den öffentlich-rechtlichen Programmen zurück, im Vergleich zu den WDR-Wellen ist keine andere Statusgruppe auffällig stark oder schwach repräsentiert.

Unter dem Strich bedeuten diese Einzelergebnisse: Die mediale Welt im Radio teilt sich in zwei Sphären. Die Verantwortung für politische und ökonomische Entscheidungen haben fast ausschließlich Männer. Frauen dagegen rücken dann ins Rampenlicht, wenn das Private gecovert wird. Nimmt man die Präsenz von Akteurinnen und Akteuren in den verschiedenen Berichterstattungsräumen in den Blick, so wird diese These bestätigt. Bei 1live scheint die Faustregel zu gelten: Bleibt man im ‚Sektor' – dem Sendegebiet –, so steigt die Chance, dass eine Frau dabei ist. Am niedrigsten ist ihre Beteiligung auf Bundesebene. Auch für den Lokalfunk gilt: Je ‚größer' der Berichterstattungsraum ist bzw. je weiter weg er liegt, desto weniger Akteurinnen werden erwähnt (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 79-80). Im Programm von WDR2 gibt es solche Schwerpunkte nicht.

Cornelißen bestätigt diese Ergebnisse für den niedersächsischen Hörfunk: Als Expertinnen oder Prominente waren Frauen eher schwach vertreten. „Nur als Hörerinnen, als ‚Menschen wie du und ich' kamen sie häufiger als Männer zu Wort. Auf diese Weise reproduzierten die Wortbeiträge die klassische geschlechtsspezifische Arbeitsteilung, die Männern die spezialisierte Berufsarbeit und professionelles Wissen, Frauen dagegen die unspezialisierte Arbeit und intuitives Wissen zuweist." (Cornelißen/Gebel 1999: 134; vgl. hierzu auch die Überlegungen zur Teilhabe von Frauen an Bildung und Beruf, S. 16, 25)

4.2.2 Geschlechtsrollenstereotype in der Berichterstattung

Gibt der Status der Personen den präsentierten Männer- und Frauenbildern Kontur, so verleiht die Rolle, in denen die Personen auftauchen, den Geschlechterbildern Tiefe. Werden Politikerinnen als Frauen präsentiert, die beruflichen Erfolg haben, die ‚es geschafft' haben? Tauchen Männer als Väter auf? Ziel dieses Analyseschritts ist zu prüfen, ob im Programm gesellschaftlich existente Rollenstereotypen transportiert werden, ob überkommenen Klischees alternative Rollenbilder gegenübergestellt werden. Erfasst wurden 31 verschiedene potenziell gleichstellungsrelevante Positionen aller AkteurInnen (vgl. Kap. 3.3), die folgenden Oberbegriffen zugeordnet werden können:

- ehrenamtliches Engagement im gesellschaftlichen, politischen oder sozialen Bereich;
- beruflicher Erfolg, insbesondere Präsenz in Führungs- und Entscheidungspositionen
- Rollen von Frauen und Männern in einer Partnerschaft bzw. als Single;
- Elternrollen (in der Partnerschaft oder allein erziehend);
- Täter- / Opferrollen.

Zusätzlich wurde festgehalten, wie sich die AkteurInnen zu dieser Position verhalten: Akzeptieren sie die Rolle, oder setzen sie sich kritisch mit ihr auseinander? Diese Frage unterstellt allerdings eine Differenziertheit in der Berichterstattung, die in den untersuchten Programmen in dieser Form gar nicht anzutreffen ist. Bis auf wenige Ausnahmen lassen sich die AkteurInnen der neutralen, deskriptiven Variante einer Position zuordnen.

Der erste Blick auf die Daten (vgl. Abb. 31 auf der nächsten Seite) zeigt: Männer werden in allen untersuchten Programmen häufiger in profilierten Rollen dargestellt als Frauen. Andererseits werden sie aber auch in allen Programmen auf lediglich drei Rollen ‚festgenagelt': Entweder sie werden als beruflich erfolgreich präsentiert, oder es ist Gewalt im Spiel. Ist Letzteres der Fall, dann sind Männer meistens Täter. Frauen decken dagegen ein breiteres, wenn auch immer noch eingeschränktes Spektrum von Positionen ab. Auch bei den Frauen entfällt allerdings der Löwenanteil der präsentierten Rollen auf beruflich erfolgreiche Personen.

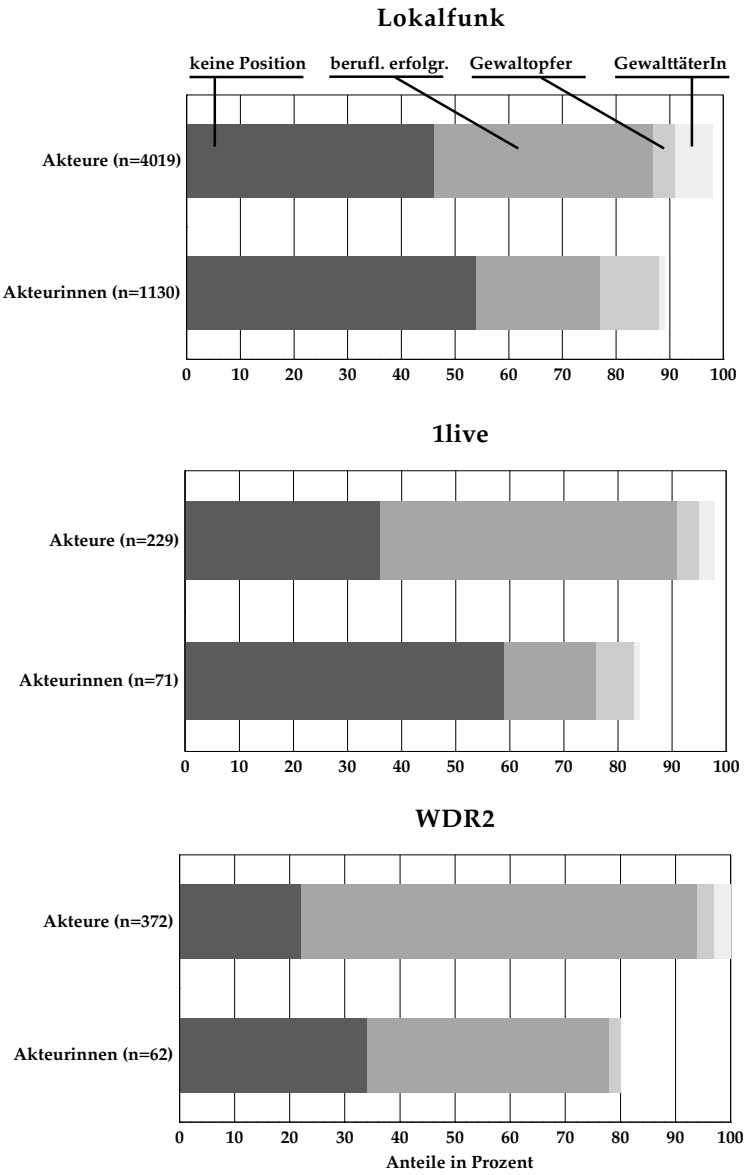
In den Ergebnissen der drei Wellen spiegeln sich die in den vergangenen Abschnitten bereits freigelegten Programm- bzw. Formatprofile wider.

In den Programmen der beiden öffentlich-rechtlichen Wellen sind die Unterschiede in der Präsentation von Männern und Frauen augenfälliger und stärker ausgeprägt.

Die Rollen, in denen Männer im Programm auftauchen, liegen bei 1live und bei WDR2 halbwegs auf derselben Linie: Die meisten Männer sind beruflich erfolgreich, 1live setzt (auch bei Männern) etwas mehr auf die Präsenz ‚normaler Menschen' als WDR2, Gewaltopfer und -täter tauchen vor allem in den Nachrichten auf, für weitere Rollen ist nur wenig Platz (vgl. auch Abb. 32 auf der nächsten Seite).

Die öffentlich-rechtlichen Wellen unterscheiden sich aber gewaltig, was die Präsentation von Frauen angeht. WDR2 lässt vergleichsweise viele beruflich erfolgreiche Frauen on air. Darüber hinaus fächert WDR2 ein breiteres Spektrum an potenziell gleichstellungsrelevanten Frauen-Positionen auf als 1live: Mütter und Hausfrauen passen ebenso ins Sendekonzept wie Frauen, die ihre gesellschaftliche Rolle als Objekte männlicher Lust kritisieren. 1live dagegen wartet mit einem immens hohen Anteil von Akteurinnen auf, die keiner potenziell gleichstellungsrelevanten Position zugeordnet werden können – und präsentiert darüber hinaus einen vergleichsweise hohen Anteil von Frauen, die schlicht Begleitungen oder Partnerinnen von den Männern sind, die eigentlich im Blickpunkt des Beitrags stehen. Woran das liegt, lässt sich – aufgrund der stark quantifizierenden Methodik – nicht abschließend klären: Entweder es ist der intensiveren Berichterstattung über Stars und Sternchen geschuldet, oder aber der relativ starken Präsenz von HörerInnen, die ihre FreundInnen und EhepartnerInnen ins Spiel bringen.

Positionen der AkteurInnen im Vergleich **Abb. 31**



In welchen potenziell gleichstellungsrelevanten Positionen werden Akteurinnen und Akteure präsentiert? Dargestellt sind nur die Positionen, auf die über die Programme hinweg die meisten Nennungen entfielen. Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge mit insg. 7076 AkteurInnen, 219 Beiträge von 1live mit 549 AkteurInnen und 314 Beiträge von WDR2 mit 742 AkteurInnen. Einzel-AkteurInnen, Kunstfiguren und Kollektive sind zusammengefasst, sofern sie rein weiblich oder rein männlich waren. Gemischtgeschlechtliche Kollektive sind hier nicht dargestellt. Lesebeispiel: 53 Prozent der Akteure im Lokalfunk tauchen in keiner gleichstellungsrelevanten Position auf.

Im Lokalfunk liegen die Verteilungen von Männern und Frauen näher beieinander, wenn natürlich auch dieselben Schwerpunkte erkennbar sind: Männer sind häufiger beruflich erfolgreich als Frauen, Frauen eher ohne Position als Männer. Die Unterschiede stecken im Detail: Etwa jede zehnte Frau, die im Lokalfunk zu hören ist oder über die berichtet wird, ist Opfer. Diese relative Dominanz der weiblichen Opferrolle im Lokalfunk findet ihre Entsprechung in der männlichen Täterrolle: Männliche Gewalttäter finden sich in den Lokalfunk-Programmen häufiger als in den öffentlich-rechtlichen. Davon abgesehen, kommen Frauen vergleichsweise häufig in ‚privaten' Rollen in die Lokalfunk-Programme – als Mütter, Haus- und Ehefrauen (vgl. Abb. 32).

Weitere Frauenrollen im Vergleich **Abb. 32**

Angaben in Prozent n =	Lokalfunk 1130	1live 71	WDR2 62
sozial engagierte Frau	2	1	0
Mutter	5	3	3
(Ehe-) Partnerin / Begleitung	2	10	7
Lustobjekt	1	1	8
Hausfrau	1	0	2

Das Spektrum potenziell gleichstellungsrelevanter Rollen bleibt damit insgesamt recht stark auf die Rolle des beruflich erfolgreichen Menschen sowie auf Gewaltopfer oder -täter beschränkt – wobei Frauen eher die Opfer, Männer eher die Täter sind.

Beruflich erfolgreiche Frauen sind meist Prominente, also Sängerinnen oder Filmstars; beruflich erfolgreiche Männer dagegen decken die öffentlichen Bereiche Politik und Wirtschaft ab. Insbesondere ‚private' Rollen sind eine Randerscheinung – wenn überhaupt, werden Frauen in diesen Rollenkontext gestellt. Männliche Akteure in ‚privaten' Rollen sind so gut wie gar nicht zu finden (in Abb. 33 finden sich ausnahmsweise absolute statt Prozentangaben – die Prozentangaben lagen alle unter ein Prozent). Hier scheint sich in der medialen Präsentation die gesellschaftliche Wirklichkeit zu ‚spiegeln' (vgl. S. 20) – Männer , die ihre Vaterrolle aktiv ausfüllen, waren in der Stichprobe beispielsweise gar nicht zu finden.

Weitere Männerrollen im Vergleich **Abb. 33**

Angaben in absoluten Zahlen n =	Lokalfunk 4019	1live 229	WDR2 372
traditionell orientierter Mann	9	1	0
partnerschaftlich orient. Mann	1	1	0
Vater	13	0	0

Auch diese qualitativen Unterschiede in der Positionierung von Frauen und Männern können als Folge einer ereignis- und elitenorientierten Berichterstattung gewertet werden. Das redaktionelle Wort in den untersuchten Programmen scheint auf Bereiche fixiert, die trotz aller gesellschaftlichen Fortschritte in Sachen Gleichstellung nach wie vor von Männern geprägt sind. Die teilweise in Tageszeitungen

beobachtete Positionierung von Frauen im Privaten (vgl. Kap. 1.4.2.2) findet sich in dieser Form in den untersuchten Programmen also nicht wieder.

Cornelißens Daten sind in diesem Punkt nicht direkt vergleichbar; sie macht die unterschiedliche Positionierung der Geschlechter in den Programmen unter anderem an der Erwähnung ihrer persönlichen Beziehungen beziehungsweise ihres äußeren Erscheinungsbilds fest: Alle Programme – private wie öffentlich-rechtliche – erwähnten die persönlichen Beziehungen von Frauen häufiger als die von Männern. Auch das äußere Erscheinungsbild von Frauen spielte on air eine größere Rolle als das von Männern. Ausnahme: N-Joy; hier wurde die äußere Erscheinung von Männern ebenso häufig thematisiert (Cornelißen/Gebel 1999: 142).

4.2.3 Zusammenfassung: Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Frauen sind also nicht nur seltener im Radio zu hören, sie werden auch anders dargestellt als Männer. Das ‚Wie' der Berichterstattung über Frauen und Männer reproduziert damit zum einen die gesellschaftlichen Verhältnisse: Sicher gibt es mehr Politiker als Politikerinnen, sicher gibt es mehr staatliche Repräsentanten als Repräsentantinnen. Das schlägt sich in der Berichterstattung unmittelbar nieder. Anders herum betrachtet: Es gibt mehr Hausfrauen als Hausmänner. Und es gibt rein rechnerisch genauso viele Mütter wie Väter – beides Mengenverhältnisse, die sich in der Berichterstattung nicht wiederfinden. Frauen erscheinen profilloser als Männer, unkonturierter: Sie sind häufig Alltagspersonen, die keine weiteren Aufgaben haben, Funktionen ausfüllen oder Inhalte vertreten.

Damit unterscheidet sich die Berichterstattung im nordrhein-westfälischen Hörfunk kaum von der im niedersächsischen: Frauen wurden „relativ einheitlich in fast allen Rollen- und Statuskategorien deutlich marginalisiert", fand Cornelißen heraus (Cornelißen/Gebel 1999: 128). Mit keinem der von ihr untersuchten Programmprofile wurde „ein programmstruktureller und inhaltlicher Kontext geschaffen (…), in dem Frauen auch nur annähernd die gleiche Aufmerksamkeit wie Männern gewidmet wurde." (Cornelißen/Gebel 1999: 132)

4.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen

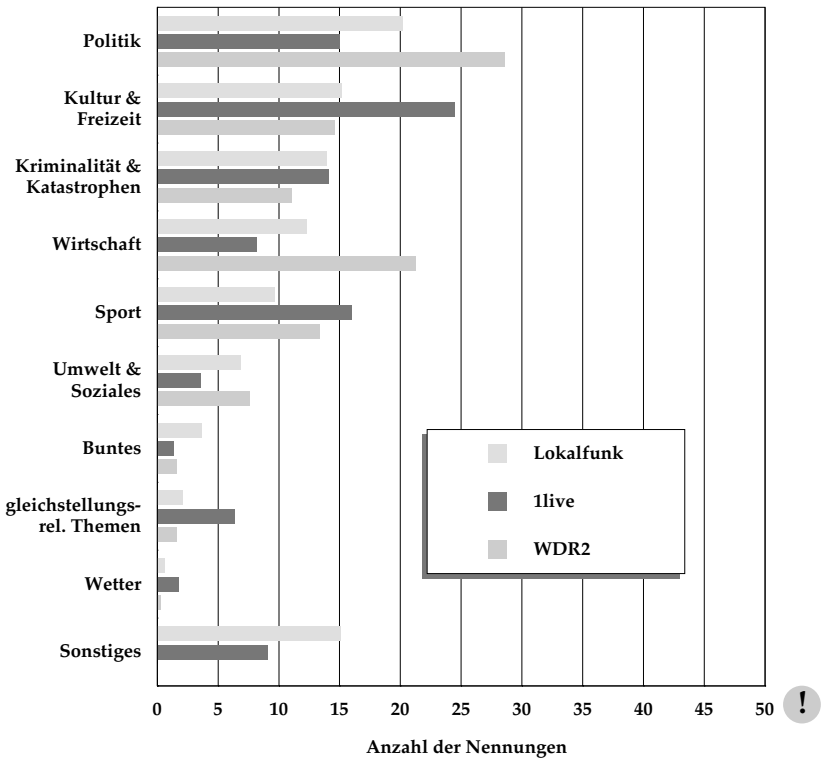
Nicht nur Frauen und Männer, das ‚Wieviel' und ‚Wie' ihres Vorkommens im Programm sind hier von Interesse. Zentrale Kriterien für die Bewertung der gleichstellungsspezifischen Programmqualität sind auch die Themen der Berichterstattung und wie sie aufbereitet sind.

Der erste Analyseschritt ist der allgemeinen Themenstruktur der untersuchten Programme gewidmet, denn die Defizite in der Medienpräsenz und -präsentation von Frauen sind durch die Themenstruktur des aktuellen Journalismus mitbedingt. Im zweiten Schritt untersuche ich einen kleinen Ausschnitt aus der Berichterstattung etwas genauer, nämlich die Beiträge, die sich speziell mit gleichstellungsrelevanten Themen beschäftigen. Den dritten Abschnitt widme ich der Präsenz von Akteurinnen in unterschiedlichen Themenfeldern der Berichterstattung.Und viertens geht es um die Frage, welche Beiträge – unabhängig von ihrem Thema – aus einer geschlechtsspezifischen Perspektive aufbereitet wurden.

4.3.1 Themen der Berichterstattung

Die Themenstrukturen der untersuchten Wellen bilden die zugrunde liegenden Programmkonzeptionen gut ab (vgl. Abb. 34). Die beiden öffentlich-rechtlichen Programme zeigen ganz klare Themenschwerpunkte: WDR2 hat den höchsten Anteil von politischen Themen überhaupt, die zusammen mit der Wirtschaftsberichterstattung schon etwa die Hälfte des Wort-Programms füllen. 1live dagegen setzt deutlich auf den Freizeit-Faktor: Ein Viertel der Berichterstattung dreht sich um Kultur und Freizeit. Die Themen der klassischen aktuellen Berichterstattung wie Politik und Wirtschaft spielen dagegen eine untergeordnete Rolle. Der hohe Anteil von Sportberichterstattung ist bei beiden öffent-

Themen der Berichterstattung **Abb. 34**



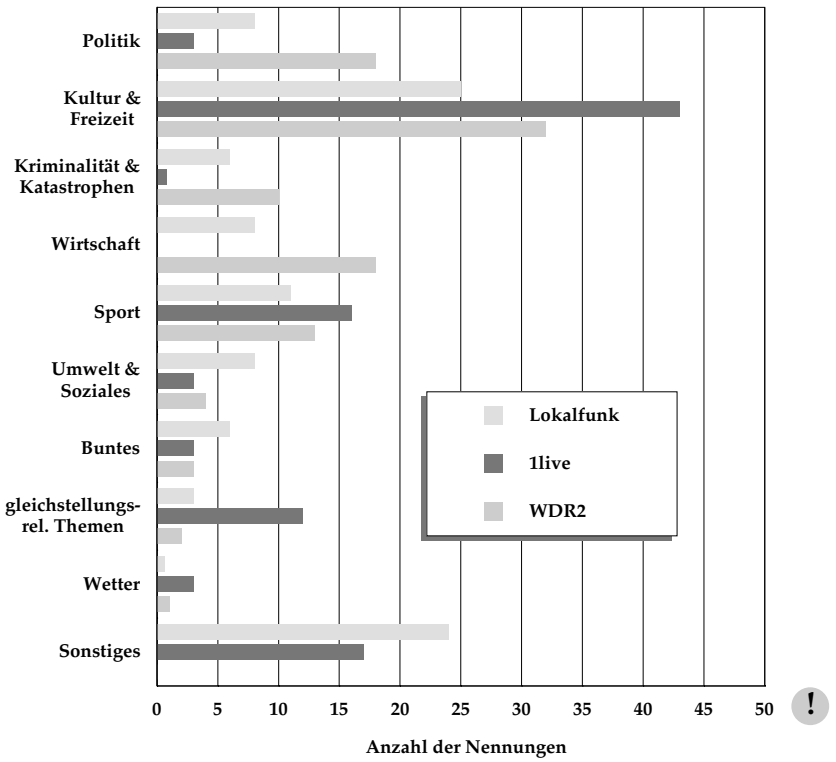
Über welche Themen berichten die Programme? Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge, 219 Beiträge von 1live und 314 von WDR2. Lesebeispiel: 20 Prozent der Beiträge im Lokalfunk widmen sich dem Thema Politik, 15 Prozent der Beiträge auf 1live und 29 Prozent der Beiträge auf WDR2.

lich-rechtlichen Programmen auf die Berichterstattung über die Fußball-Weltmeisterschaft in der Untersuchungswoche zurückzuführen. Rechnet man die WM-Beiträge heraus, so verstärken sich die bereits beschriebenen Schwerpunkte in der Berichterstattung entsprechend.

Der Lokalfunk bietet seinen ZuhörerInnen eine breite Themenmischung, in der Politik, Kultur/Freizeit sowie Kriminalität/Katastrophen die Haupt-Ingredienzen sind. Ein ausgesprochen hoher Anteil der Beiträge wurde der Themenkategorie ‚Sonstiges' zugeschlagen. Um zu prüfen, ob das auf einer mangelhaften Kategorisierung der Variable beruht, wurde eine zufällige Auswahl von 60 Beiträgen dieser Themengruppe nachcodiert. Knapp die Hälfte dieser Beiträge war tatsächlich nicht einem Thema zuzuordnen: ModeratorInnen überbrückten die Zeit zwischen zwei Musiktiteln mit allgemeinen Bemerkungen, lasen das Tageshoroskop vor oder veranstalteten Grußaktionen. Ein weiteres Viertel waren Themen, die unter Umständen auch der Kategorie Kultur/Freizeit zugeschlagen werden könnten – beispielsweise, wenn sich der Moderator mit HörerInnen über ‚Spielzeug für Erwachsene' unterhält. Ein großer Teil der ‚sonstigen' Themen taucht übrigens bei Moderationen auf, die weder einen Musiktitel noch einen Beitrag ankündigen – ein weiteres Indiz dafür, dass es sich nicht um Fehlcodierungen handelt (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 81). Daher habe ich die Kategorisierung für die nachfolgende WDR-Analyse in diesem Punkt auch nicht modifiziert.

Betrachtet man nur die Berichterstattung außerhalb der Nachrichten, so kristallisieren sich die eben beschriebenen Programmprofile noch stärker heraus (vgl. Abb. 35). Die Dominanz nichtpolitischer Themen in der 1live-Berichterstattung wird noch stärker: Außerhalb der Nachrichten finden Politik, Wirtschaft, Umwelt und Soziales so gut wie überhaupt nicht mehr statt. In eine ähnliche Richtung weist die Verschiebung beim Lokalfunk: Politische Ereignisse sowie Unfälle, Erdbeben und Ähnliches dominieren vor allem die Nachrichten,

Themen außerhalb der Nachrichten **Abb. 35**



Über welche Themen berichten die Programme außerhalb der Nachrichten? Untersucht wurden 2368 Lokalfunk-Beiträge, 118 Beiträge von 1live und 101 von WDR2. Lesebeispiel: 8 Prozent der Beiträge im Lokalfunk, die außerhalb der Nachrichten gesendet werden, widmen sich dem Thema Politik, 3 Prozent der Beiträge auf 1live und 18 Prozent der Beiträge auf WDR2.

außerhalb der Nachrichten ist die Berichterstattung eher freizeitorientiert. Aber die Berichterstattungsfelder Politik, Wirtschaft, Umwelt und Soziales machen zusammen noch knapp ein Viertel der Berichterstattung aus. Auch WDR2 präsentiert sich außerhalb der Nachrichten mit einem größeren Angebot an kulturellen und freizeitorientierten Themen, allerdings bleibt die ausgeprägte Informations- und Servicefunktion der zweiten WDR-Welle nach wie vor erkennbar.

Die Ergebnisse der Themenstruktur-Analyse bestätigen im Großen und Ganzen die bereits weiter vorn getroffene Zuordnung der untersuchten Programme zu den von Weiß erarbeiteten publizistischen Konzepten für Begleitprogramme (Weiß 1995). Auch zu den Ergebnissen von Cornelißen sind gewisse Parallelen erkennbar. Allerdings hat sie deutlich andere Themenkategorien gewählt, sodass die Daten nicht einfach gegenübergestellt werden können. Zudem rechnet sie nicht die Anteile der Themen an der Gesamtzahl der Beiträge, sondern am Sendevolumen. Allerdings wurde so unterschiedlich vercodet, dass nur Trends verglichen werden können. Auffällig ist zunächst, wieviel Platz die niedersächsischen Programme dem Feld Umwelt und Soziales einräumen. Die Themen, die dieser Kategorie zugeschlagen worden wären, nehmen in den niedersächsischen Programmen zehn bis zwanzig Prozent der Berichterstattung ein – in den nordrhein-westfälischen Programmen beschäftigen sich deutlich weniger als zehn Prozent der Beiträge mit diesen Themen. Da das aber häufig überdurchschnittlich lange Beiträge waren, scheinen die Ergebnisse in diesem Punkt letztlich recht ähnlich.

Das Themenfeld Kriminalität und Katastrophen kommt in Niedersachsen wie in Nordrhein-Westfalen auf vergleichbare Präsenz-Werte. Die starke Orientierung an politischen Themen wie bei WDR2 ist bei keinem niedersächsischen Programm zu erkennen. Die ‚Schwesterwelle' NDR2 hinkt beim Anteil der politischen Berichterstattung anscheinend hinterher: Der Anteil der politischen Berichterstattung am Sendevolumen informierender Beiträge liegt bei NDR2 bei 19 Prozent. WDR2 widmet fast ein Drittel seiner Beiträge politischen Themen – und zwar zum Teil sogar sehr lange Beiträge (eigene Berechnungen nach Cornelißen/Gebel 1999: 267).

4.3.2 Gleichstellungsrelevante Themen

Hinter dem Begriff ‚gleichstellungsrelevante Themen' verbirgt sich ein breites Spektrum von Inhalten – ein Beitrag über eine von Müttern organisierte Hausaufgaben-Hilfe für Grundschul-Kinder würde hier ebenso codiert wie ein Beitrag über den Ausstieg der katholischen Kirche aus der Schwangeren-Beratung oder einer über Umfrageergebnisse, wie häufig Männer sich an der Hausarbeit beteiligen. Zur Erinnerung: Es ist keinesfalls gesagt, dass ein solcher Beitrag sich tatsächlich

mit der Gleichstellung von Männern und Frauen beschäftigt – oder sie gar fördert. Es ging in erster Linie darum, den Anteil der Berichterstattung auszuloten, die sich potenziell mit der Gleichstellung der Geschlechter auseinander setzt.

Und obwohl das Spektrum so breit ist, ist der Anteil dieser Themen am Programm recht schmal: Er liegt bei WDR2 und beim Lokalfunk bei rund zwei Prozent, lediglich 1live sticht mit einem Vergleichswert von gut sechs Prozent heraus (vgl. Abb. 36). Das ist der – vergleichsweise intensiven – Berichterstattung über Partnerschaft, das Zusammenleben und die Beziehungen von Frauen und Männern geschuldet. Die übrigen gleichstellungsrelevanten Themen spielen auch bei 1live eine marginale Rolle. Im Lokalfunk kommt das Thema Kindererziehung mit Abstand am häufigsten vor; es ist das einzige gleichstellungsrelevante Thema, das in mehr als einem Prozent der Wortbeiträge eine Rolle spielt. Themen, die für den gesellschaftlichen Prozess der Gleichstellung zentral sind – wie beispielsweise die Arbeitsverteilung zwischen den Geschlechtern und Gleichstellungspolitik (vgl. S. 23-24) –, kommen in der Berichterstattung kaum vor. Für alle drei Wellen gilt: Gleichstellungsrelevante Themen werden häufiger außerhalb der Nachrichten behandelt; die Beiträge sind außerdem länger als der Durchschnitt.

Gleichstellungsrelevante Themen **Abb. 36**

Angaben in Prozent n =	Lokalfunk 4494	1live 219	WDR2 314
Kindererziehung	1,05	0,46	0,96
Arbeitsverteilung im Haushalt	0,02	0,46	0
Partnerschaft	0,33	4,57	0,64
Gleichstellung (-spolitik)	0,02	0	0
Mehrfachbelastung von Frauen	0,07	0	0
Abtreibung	0,02	0	0
Geburtenkontrolle	0,02	0,46	0
Gewalt gegen Frauen	0,38	0,46	0
gesamt	1,91	6,41	1,6

1live – mit einem Anteil gleichstellungsspezifischer Themen von etwas über 6 Prozent – wird nur noch von einem Lokalsender überholt: nämlich von Radio FiV (knapp 8 Prozent). Radio FiV war bereits durch einen ausgesprochen hohen Anteil von Akteurinnen in der Berichterstattung aufgefallen. Noch vier weitere Lokalstationen liegen mit einem Anteil von über 5 Prozent ungefähr auf demselben Level: Radio Bonn/Rhein-Sieg, Radio Neandertal, Radio Essen und Bielefeld. Zehn Sender fallen unter diesem Aspekt durch Abstinenz auf.

Auch in den niedersächsischen Radioprogrammen spielen Themen aus dem beschriebenen Spektrum eine Nebenrolle – und zwar eine ganz kleine. Aus dem Kanon der von Cornelißen gewählten Themenkategorien zählen lediglich ‚Partnerschaft / Familie / Erziehung' und Frauenpolitik zu den gleichstellungsrelevanten Themen. Lediglich NDR2 widmet diesen beiden Berichterstattungsfeldern zusammen mehr als ein Prozent des Sendevolumens von Informationsbeiträgen (nämlich 1,2 %); die übrigen untersuchten Programme liegen bei deutlich unter einem Prozent (vgl. Cornelißen/Gebel 1999: 267).

4.3.3 Präsenz von Akteurinnen bei unterschiedlichen Themenfeldern

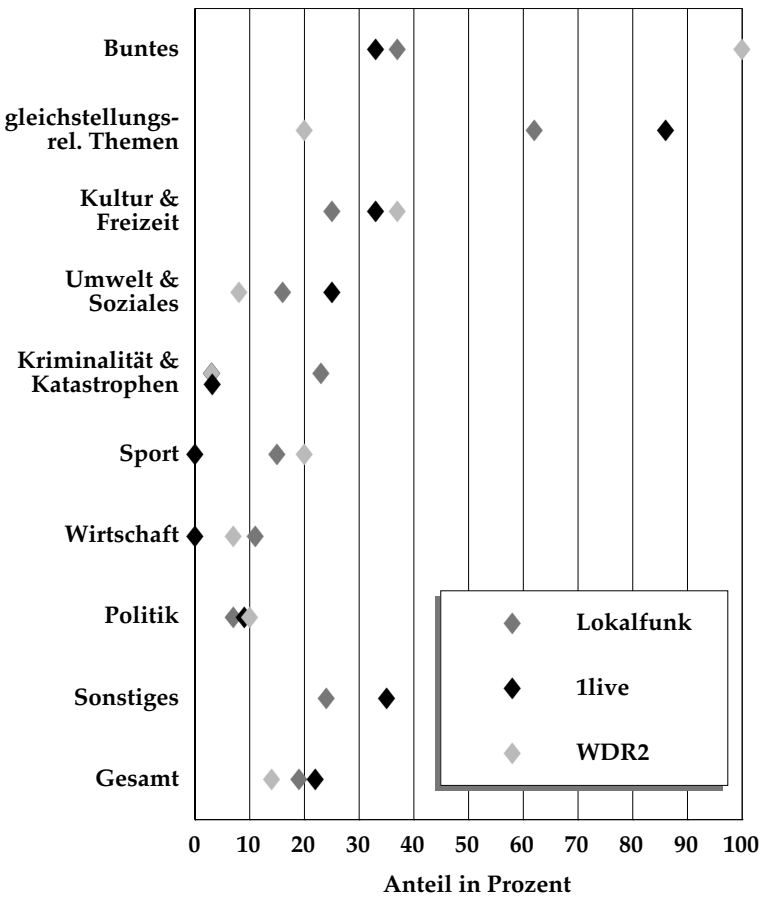
In welche thematischen Zusammenhänge werden Akteurinnen von den Programm-MacherInnen gerückt? Überdurchschnittlich präsent sind Frauen bei den Themen, die in der Berichterstattung eine Randposition einnehmen (vgl. Abb. 37).

Frauen haben immerhin eine reelle Chance, bei gleichstellungsrelevanten Themen gehört bzw. erwähnt zu werden. Das ist zumindest beim Lokalfunk und bei 1live der Fall. WDR2 liegt auffallend weit hinter den beiden anderen Programmen zurück – das liegt zum einen an der geringen Zahl der Beiträge, die überhaupt zu diesen Themen gesendet wurden (insgesamt sechs); zum anderen schlägt hier die teilweise unpersönliche, eher an Institutionen und Abstrakta denn an realen Menschen orientierte Sprache zu Buche, die von einigen WDR2-JournalistInnen gepflegt wird. Bei den bunten Themen darf aufgrund der geringen Fallzahl der Beiträge (vor allem bei den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen) lediglich der Trend zur Kenntnis genommen werden, dass Frauen bei den ‚weichen' Human-Touch-Themen besser vertreten sind als bei ‚harten' Themen.

Kultur und Freizeit scheint die eigentliche Domäne von Frauen zu sein. Dieses Thema ist kein Nischen-Thema, sondern nimmt einen ansehnlichen Teil der Berichterstattung ein – und trotzdem sind Frauen besser vertreten als im Schnitt der untersuchten Programme. Die klassischen Nachrichten-Themen Politik und Wirtschaft warten in allen Programmen mit besonders wenig Beiträgen auf, in denen Frauen eine Rolle spielen.

Auch nach den Ergebnissen von Cornelißen wurden „traditionelle Typisierungen der Geschlechter tendenziell" dadurch reproduziert, dass „Frauen und Männer on air unterschiedlich häufig in unterschiedliche formale und inhaltliche Kontexte integriert wurden" (Cornelißen/Gebel 1999: 135). Im ‚News-Bereich' waren

Präsenz von Akteurinnen nach Themen **Abb. 37**



Präsenz von Akteurinnen in Beiträgen zu unterschiedlichen Themenfeldern. Die Grafik zeigt den Anteil der Beiträge, in denen Akteurinnen, weibliche Kunstfiguren oder weibliche Kollektive vorkommen, an allen Beiträgen zu diesem Themenfeld. Untersucht wurden 4494 Lokalfunk-Beiträge, 219 Beiträge von 1live und 314 Beiträge von WDR2. Lesebeispiel: In 33 Prozent der 1live-Beiträge zu einem bunten Thema tauchen Frauen als Akteurinnen auf, in 37 Prozent der Lokalfunk-Beiträge und in 100 Prozent der WDR2-Beiträge zu diesem Themenfeld.

Frauen eher unter-, bei Beratung/Service und Unterhaltung eher überrepräsentiert. Cornelißens Schlussfolgerung: „Wortbeiträge über Prominenz und Politik, so könnte man verkürzt formulieren, wurden besonders häufig von Männern eingeholt, über Alltagsfragen und Unterhaltsames ließ man Frauen eher mitsprechen." (Cornelißen/Gebel 1999: 135)

4.3.4 Geschlechtsspezifischer Blickwinkel

Der zweite Aspekt der Aufbereitung von Themen ist die von der JournalistIn gewählte Perspektive der Berichterstattung. Denn wichtiger als die Behandlung einiger spezieller Themen war dem größten Teil der im Projekt befragten Expertinnen, dass alle Themen auch aus einer ‚weiblichen' bzw. geschlechtsbewussten Perspektive betrachtet werden (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 267). Das heißt beispielsweise, dass unterschiedliche Auswirkungen eines Ereignisses oder einer Entscheidung für Frauen und für Männer aufgezeigt werden. Nach allen Hinweisen aus der Literatur war kaum zu erwarten, dass dies häufig Eingang in die Radio-Berichterstattung finden würde.

Und in der Tat bieten die nordrhein-westfälischen Programme ihren HörerInnen nur in Ausnahmefällen einen derart differenzierten Blick auf die Geschehnisse. Der Pool an Ereignissen, Entscheidungen oder Entwicklung, die potenziell auch aus Frauensicht betrachtet werden könnten, dürfte aber weit größer sein.

Die MitarbeiterInnen von 1live haben gut drei Prozent aller Beiträge unter einem geschlechtsspezifischen Blickwinkel aufbereitet – in absoluten Zahlen: sieben Beiträge. In acht von 314 Beiträgen aus dem WDR2-Programm haben die AutorInnen diesen Blickwinkel gewählt; das sind knapp drei Prozent. Mit einem Vergleichswert von ebenfalls knapp drei Prozent wartet der Lokalfunk auf.

Allerdings gibt es einige Lokalstationen, die diesen Schnitt deutlich nach oben katapultieren (der Median liegt mit zwei Prozent auch unter dem arithmetischen Mittel): Radio FiV und Antenne Aachen präsentieren 10 Prozent ihrer Beiträge aus einem geschlechtsbewussten Blickwinkel, weitere vier Sender liegen zwischen sechs und sieben Prozent: Radio Kiepenkerl, Radio Leverkusen, Hellweg Radio und Radio Aachen 100,eins. Acht lokale Programme enthalten sich einer geschlechtsbewussten Perspektive völlig.

In den untersuchten öffentlich-rechtlichen wie privaten Programmen decken die Beiträge aus geschlechtsbewusster Perspektive ein recht breites Themenspektrum ab – das reicht von Politik, Umwelt und Soziales über Kultur und Freizeit bis zu ‚bunten Themen'. Es bestätigt sich in allen drei Wellen, dass gleichstellungsrelevante Themen keinesfalls automatisch mit einer geschlechtsspezifischen Perspek-

tive zusammenfallen müssen, im Gegenteil. Auf allen Wellen wird über die Mehrzahl der gleichstellungsrelevanten Themen aus einer geschlechtsneutralisierenden Perspektive berichtet. Selbst bei Themen, bei denen eine besondere Betroffenheit von Frauen oder unterschiedliche Konsequenzen für Männer und Frauen nahe liegen, spielt das in der Berichterstattung also nicht unbedingt eine Rolle. Und von einem im Fraueninteresse politisch geschulten, feministischen Blick auf die Welt – wie ihn die WDR-Journalistin Inge von Bönninghausen fordert (Lünenborg 1997: 210; vgl. Kap. 1.4.3.3) – kann in den analysierten Beiträgen ohnehin nicht die Rede sein.

Denkt man an die Untersuchungsfrage, sind diese Daten natürlich kein rechter Anlass zur Freude. In Bezug auf eine der aufgestellten Thesen stimmen sie aber durchaus hoffnungsfroh: In allen untersuchten Programmen stammt die Mehrzahl der Beiträge aus geschlechtsspezifischer Perspektive aus der Hand von Journalisten; Journalistinnen sind in etwa gemäß ihres Anteils an der Gesamtberichterstattung vertreten. Und damit findet sich hier ein Indiz dafür, dass ein Journalismus, der nicht aus einer nur scheinbar geschlechtsneutralen, sondern aus einer geschlechtsbewussten Perspektive berichtet, nicht nur das Werk von Frauen sein muss – Männer können das also auch. Allerdings geht es auch manchmal daneben: Immerhin zwei der zehn fraglichen WDR-Beiträge, die von Journalisten verantwortet werden, sind im Gesamteindruck eher negativ auffällig, stehen also dem Programmauftrag explizit entgegen. Auch beim Lokalfunk vergreifen sich die Journalisten, die aus geschlechtsbewusster Perspektive berichten, im Ton: Ein Zehntel dieser Beiträge, die sie abliefern, ist eher ein Beitrag gegen die Verwirklichung von Gleichberechtigung als dafür. Bei den Journalistinnen sieht das anders aus: Mehr als ein Drittel der Beiträge mit dem Label ‚geschlechtsbewusst' setzt ein Signal für Gleichberechtigung.

In der Analyse der öffentlich-rechtlichen Programme habe ich zusätzlich erfasst, ob die JournalistInnen auf eine gesellschaftliche Benachteiligung oder Diskriminierung von Frauen hinweisen – auch das ist eine denkbare Möglichkeit, die Gleichstellung der Geschlechter zu fördern. In der Stichprobe aus dem 1live-Programm war das nur ein einziges Mal der Fall – und zwar in einem Beitrag über ein Frauenhaus-Projekt in Afrika. Eventuell in Deutschland bzw. vor Ort im Sendegebiet existente Benachteiligungen wurden also gar nicht angesprochen. Ähnlich sah es in der WDR2-Stichprobe aus: Nur ein einziger Beitrag thematisiert die gesellschaftliche Benachteiligung von Frauen. Dabei ging es um die Frau des thailändischen Thronfolgers und den ‚Gebär-Druck', unter dem sie steht (vgl. auch Kap. 4.4.1).

Selbstverständlich ist die Fallzahl dieser Beiträge viel zu klein, um weitergehende Aussagen zu treffen. Aber festzuhalten bleibt: Gesellschaftliche Benachteiligung von Frauen scheint kein Thema fürs Radio zu sein. Auffällig ist, dass beide Beiträge,

die sich mit Diskriminierung auseinander setzen, diese Diskriminierung in anderen Teilen der Welt verorten.

Auch in Cornelißens Stichprobe aus den niedersächsischen Radioprogrammen fand sich nur eine Handvoll Beiträge, die sich mit Gleichstellungsfragen auseinander setzten oder geschlechtsspezifische Aspekte erwähnten – nämlich insgesamt 0,2 Prozent der untersuchten Beiträge (Cornelißen/Gebel 1999: 268). Tendenziell engagierten sich die öffentlich-rechtlichen Programme hier stärker als die privaten. An einem Fallbeispiel hat Cornelißen zudem untersucht, auf welche unterschiedliche Art und Weise in den öffentlich-rechtlichen und den privaten Programmen mit gleichstellungsspezifischen Ereignissen umgegangen wurde. Insgesamt 64 Beiträge im Untersuchungszeitraum beschäftigten sich mit dem bayerischen Abtreibungsrecht: Das Bundesverfassungsgericht setzte im Juni 1997 eine bayerische Rechtsvorschrift vorläufig außer Kraft, die festlegte, ÄrztInnen dürften nur einen bestimmten Prozentsatz ihres Einkommens mit Abtreibungen erzielen. Die Begründung des Gerichts: Die Regelung erhöhe das Gesundheitsrisiko für Frauen, die abtreiben wollten. Denn es sei schwerer, eine zur Abtreibung bereite ÄrztIn in gesundheitlich zumutbarer Nähe zu finden. Nur jeder dritte Beitrag thematisierte die Folgen, die der bayerische Sonderweg für Frauen gehabt hatte: „Das Erwähnen der Folgen für Frauen setzt eine gewisse Ausführlichkeit in der Berichterstattung voraus. Diese war (…) bei den privaten Sendern, aber auch bei N-Joy oft nicht gegeben“ (Cornelißen/Gebel 1999: 109). Ein vergleichbares Fallbeispiel, an dem sich die Thematisierung geschlechtsspezifischer Aspekte für den nordrhein-westfälischen Hörfunk nachzeichnen ließe, fand sich weder in der Lokalfunk- noch in der WDR-Stichprobe.

4.3.5 Zusammenfassung: Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm

Lediglich ein verschwindend geringer Teil der in den Stichproben erfassten Beiträge behandelt gleichstellungsrelevante Themen; in etwa ebenso vielen Beiträgen richten die AutorInnen einen geschlechtsbewussten Blick auf die Inhalte, die sie vermitteln. Auch die zweite WDR-Welle tut sich da nicht besonders hervor – obwohl die Beiträge hier in der Regel länger und damit vermutlich auch ausführlicher sind. Nach Cornelißens Analysen ist diese Ausführlichkeit in der Berichterstattung aber die Grundvoraussetzung für einen geschlechtsbewussten Journalismus.

Der Pool an Ereignissen, Entscheidungen oder Entwicklungen, die potenziell aus der Perspektive von Männern und Frauen betrachtet werden könnten, dürfte weit größer sein. Hier steckt auf jeden Fall ein Potenzial für eine gleichstellungsfördernde Berichterstattung – und zwar für Journalistinnen wie für Journalisten, denn Journalistinnen werden in Sachen Gleichstellung kaum aktiver als ihre Kollegen.

4.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Wie schon weiter vorn bei den theoretischen Vorüberlegungen umrissen (vgl. Kap. 1.4.4), geht es in der sprachlichen Dimension der Analyse vor allem um zwei potenzielle ‚Ausreißer' von der Durchschnittssprache: Sexistische Formulierungen – sowohl ganz offene, direkte wie auch unterschwellige – sind der Ausreißer ins Negative; als positive Ausreißer werden Versuche gewertet, Frauen und Männer in der Sprache sichtbar zu machen. Einen eigenen Abschnitt widme ich den Variablen zum Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen.

4.4.1 Sexistischer Sprachgebrauch

Sexistische Bezeichnungen und Formulierungen sind tatsächlich in allen untersuchten Programmen Ausreißer – zumindest in den gezogenen Stichproben spielt dieser Aspekt quantitativ keine große Rolle.

In der Lokalfunk-Stichprobe gab es insgesamt 64 Beiträge, die durch offenen oder unterschwelligen Sexismus auffielen (zu den Definitionen vgl. Kap. 1.4.4.1). Das sind 1,4 Prozent aller Beiträge. Etwa vier von fünf dieser Beiträge stammen aus der Feder bzw. aus dem Mund männlicher Autoren, einer von fünf von einer Frau. Zwischen den untersuchten 41 Lokalstationen gibt es große Differenzen: In den Programm-Stichproben von zwölf Stationen beläuft sich der Anteil sexistischer Formulierungen auf null; andere Stationen machen durch überdurchschnittliche Anteile an sexistischen Formulierungen auf sich aufmerksam. Auf den hintersten drei Plätzen landen Radio NEws, Radio K.W. und Radio 91,2 (5,7 bzw. 5,5 und 4,6 Prozent). Insgesamt enthielten bei drei Vierteln aller untersuchten Sender maximal zwei Beiträge (in acht Stunden) sexistische Formulierungen. Diese Zahlen rechtfertigen es sicher nicht, von einem Verstoß gegen die gleichstellungsspezifische Programmnorm zu sprechen. Andererseits bedeuten diese Zahlen, dass die durchschnittliche RadiohörerIn (bei einer Nutzungsdauer von drei Stunden; van Eimeren/Oehmichen 1999: 188) recht gute Chancen hat, jeden Tag einen Beitrag mit sexistischen Formulierungen zu Ohren zu bekommen.

Ungefähr in dieser Dimension bewegt sich auch das Aufkommen bei WDR2: Vier von 314 analysierten Beiträgen, also 1,3 Prozent, sind in der Kategorie ‚sexistische Sprache' erfasst. Zwei Kultur-Features, beide von Journalistinnen, warten mit sexistischen Attributionen auf; die beiden anderen inkriminierten Beiträge sind von Männern.

Bei 1live liegt der Anteil zunächst einmal schlicht höher, nämlich bei 4,1 Prozent (neun von 219 Beiträgen). Dazu kommt, dass es in immerhin zwei von diesem Fäl-

len um das Thema Partnerschaft, also um ein potenziell gleichstellungsrelevantes Thema, geht.

Darüber hinaus lassen sich auf den beiden WDR-Wellen völlig unterschiedliche Stile sexistischen bzw. sexualisierten Sprachgebrauchs beobachten. Das will ich an einigen Beispielen erläutern.

Im Programm von WDR2 finden sich Beiträge, in denen die Darstellung von bzw. das Sprechen über Frauen changiert zwischen abwertenden und aufwertenden Aussagen bzw. Aussagen mit abwertenden und aufwertenden Konnotationen.

- Das erste Beispiel ist die Ankündigung eines Fernsehfilms, von einer Journalistin verantwortet. Star des Films ist Veronica Ferres als Tierärztin; ihr Auftritt habe „amouröse […] Folgen". Im Beitrag vermengt die Autorin unentwegt die Schauspielerin Veronica Ferres und die Filmfigur Dr. Knock. Kostprobe: Veronica Ferres mache „als gebürtige Solingerin" auch im Dirndl „eine ausgesprochen gute Figur": „Holz vor der Hütt'n, und als einzige [im Dorf, in dem der Film spielt; PW] Grips in der Birne." Im ersten Satzteil also eine eindeutig sexistische Aussage in bester Stammtisch-Manier, legitimiert durch den zweiten Halbsatz, mit dem ihr (relativ betrachtet) Intelligenz attestiert wird. Die zweite Hälfte des Beitrags dreht sich komplett um die Schauspielerin Veronica Ferres und ihre Filmkarriere. Warum sie auch in den USA besetzt wird, hat für die Autorin einen recht eindeutigen Grund: „Bei ihr ist eben alles dran, was den Claudia Schiffers der Nation fehlt." Und damit rekurriert die Autorin nicht etwa auf darstellerisches Talent oder sonstige Fähigkeiten. Das einzige spezifische Merkmal von Veronica Ferres, das in dem Beitrag gennant wird, ist das bereits erwähnte ‚Holz vor der Hütt'n'. Und zum krönenden Abschluss des Beitrags arbeitet die Autorin noch en passant mit dem Mittel der Reduktion. Dass der Film ausgerechnet an Veronica Ferres' 33. Geburtstag gesendet wird, ist Anlass für folgende Hoffnung der Autorin: „Hoffen wir für sie, dass Lebensgefährte Helmut Dietl sie heute Abend nett ausführt, während wir uns über ‚Dr. Knock' amüsieren." Durch die Wendung ‚nett ausgeführt werden' reproduziert die Autorin ein Frauenbild, das Passivität und (auch finanzielle) Unselbstständigkeit beinhaltet; das komplementäre Männerbild hat die Komponenten Dominanz und Beschützertum.
- Ganz ähnliche Mechanismen lassen sich im zweiten Beispiel aus dem WDR2-Programm beobachten. Im Fokus steht hier die Anmoderation zu einem differenzierten Beitrag über das japanische Königshaus, genau genommen über den „Gebär-Druck", unter dem die Ehefrau des japanischen Thronfolgers stehe. Denn bliebe ein Sohn aus, würde in der Folge erstmals eine Frau den japanischen Thron besteigen – für die japanische Öffentlichkeit eine „grässliche Vorstellung", wie der Autor mit ironischem Unterton bemerkt. Die Protagonistin des Beitrags,

Kronprinzessin Masako, wird als „Karriere-Frau“ beschrieben, die u.a. in den USA studiert habe und über „Selbstbewusstsein“ verfüge, und die nun in den „verkrusteten Strukturen“ des Königshauses verkümmere. Die Anmoderation zu diesem Beitrag ist weit weniger differenziert – das Pikante, das dem Thema anhaften mag, interessiert den Moderator mehr: „Haben wir in letzter Zeit mal was über das japanische Königshaus gehört? Nee, ne! Sehen Sie, da müssen wir jetzt mal ran! Da gibt's nämlich Probleme: Der japanische Kaiser Akihito hat genau einen Sohn, also genau einen Kronprinz, Naruhito. Und der hat heute vor exakt fünf Jahren geheiratet. Masako Owada heißt die Dame, jetzt also Kronprinzessin. Problem ist: Die ist mittlerweile auch schon 35 und hat dem Thronfolger noch keinen Thronfolger-Thronfolger geboren. Da sehen jetzt manche schon den Bestand des Königshauses in Gefahr. Masako Owada sieht sich einem verschärften Gebärdruck aus, einem öffentlichen [sic!]. Und bei Kaiser's ist das wie im richtigen Leben: Wenn alle zugucken, dann klappt sowieso nix.“ Hervorzuheben sind vor allem zwei Textstellen: erstens die Beschreibung der Kronprinzessin als ‚Dame', die ‚auch schon 35' sei, und zweitens die Schlussbemerkung, die dem Paar unterstellt, es würde mit dem ehelichen Sex nicht klappen statt mit der gewünschten Schwangerschaft.

Gerade das letzte Text-Beispiel ist eine gute Überleitung zum 1live-typischen Stil der Sexualisierung von Berichterstattungsinhalten, bei denen Sex/Sexualität nicht per se im Vordergrund steht. Ein exemplarisches Beispiel:

- In ‚Hin & Weg' am frühen Samstagabend vermittelt der Moderator Kontakte zwischen 1live-HörerInnen. Angesichts des Dauerregens am fraglichen Wochenende fordert er die anrufenden HörerInnen zusätzlich auf, ‚Regengeschichten' zu erzählen. Und das hört sich so an: „Ich möchte von euch wissen, wann ihr das letzte Mal feucht wart. Eure schönste Regengeschichte: Gab es einen besonders kuscheligen Abend mit REGINA? Habt ihr einen Western gesehen mit Ronald Reagan [sprich REGEN; PW]?“ Wenig später meldet sich Andreas in der Sendung. Andreas ist Musiker. Seine Regengeschichte, so sagt er als allererstes, sei eine Liebesgeschichte. Dann berichtet er – von der Wortwahl, Stimmlage und Sprechweise her im Stile einer romantischen Erzählung – von einer Tournee durch Spanien, als er nach einem Konzert mit mehreren KollegInnen, u.a. einer Flötistin, durchs verregnete, nächtliche Madrid spaziert sei. An der Stelle unterbricht ihn der Moderator: „Und dann meinte sie: ‚Andreas, du hast aber eine schöne Flöte?'“ Woraufhin Andreas abwehrt („Nein, nein, das lief ganz anders …“) und fortfährt, seine Geschichte zu erzählen. Das Anliegen des Hörers, den Beginn einer noch immer dauernden Partnerschaft zu schildern, wird also vom Moderator mit eindeutigen Bemerkungen unterbrochen bzw. kommentiert.

Auch die Fußball-WM inspiriert die 1live-MitarbeiterInnen zu so manchem sprachlichen Ausrutscher. In der Internats-Comedy ‚Burg Dingenskirchen' stellen die Mädchen die klischeehafte Fragen („Warum halten die denn jetzt alle ihren Pillermann?") und geben ebenso klischeehafte Statements ab („Der eine Schnuckel hat aber einen ganz harten Bums drauf."). In einer Zwischenmoderation muss Verona Feldbusch herhalten, um dem Thema Fußball eine sexualisierte Note zu verleihen: „Ihr [Feldbuschs; PW] Tipp an die deutschen Fußballer: ‚Keinen Sex vor dem Spiel haben!' Ich weiß nicht, ob sie ihnen stattdessen rät, mit Bällen zu spielen. Neulich hat sie sich mal eine Stunde mit Lothar Matthäus über die Abseitsregel unterhalten. Danach hat er sie dann auch verstanden. Sie hat es ihm aber auch bildlich erklärt: ‚Immer, wenn der Dieter von hinten kam, stand er im Abseits, weil als Manndecker muss er ja einen Mann decken. Deswegen macht er's jetzt mit dem Thomas [Anders, seinem ‚Modern Talking'-Partner; PW].'" Dass hier Lothar Matthäus bzw. Dieter Bohlen die eigentlichen Witzfiguren sind, ändert natürlich nichts an der 1live-Masche, sexuelle Anspielungen ins Programm zu streuen (was – wenn auch außerhalb der Stichprobe – in der ‚Stau-Schau' ebenso stattfinden kann wie in der Wettervorhersage).

Wenn gar nichts mehr hilft, werden Witze mit sexuellem Inhalt vorgelesen, die ebenfalls Rollenklischees transportieren.

Es geht also anscheinend recht freizügig zu bei 1live; sexuelle Anspielungen haben offenbar die Funktion, das Programm für die überwiegend männliche, überwiegend jugendliche Hörerschaft attraktiv zu machen. Das Ganze findet vorwiegend in Moderationen statt, und zwar dann, wenn Männer vor dem Mikro sitzen. Es spricht vieles dafür, dass auch im öffentlich-rechtlichen System Moderationen die Beitragsformen sind, die am wenigsten bzw. am seltensten einer Qualitätskontrolle unterliegen – und wenn, dann ex post. Bei WDR2 scheint es sich dagegen eher um tatsächliche Ausrutscher einzelner AutorInnen zu handeln. Über den Lokalfunk als solchen lassen sich keine qualifizierenden Aussagen treffen; die Bandbreite der vorgefundenen sexistischen bzw. sexualisierenden Äußerungen war hier zu groß.

4.4.2 Symmetrische Sprache

Mitmeinende Sprache ist im Radio die Regel, symmetrische Sprache ist die Ausnahme. In den drei untersuchten Wellen spielt sie sich in kaum hörbaren Dimensionen ab. Gerade viermal benutzten 1live-MitarbeiterInnen männliche und weibliche Formen parallel (insg. zwei Prozent aller Beiträge; Journalistinnen bzw. Journalisten zu gleichen Teilen). In den untersuchten WDR2-Stunden taucht symmetrische Sprache doppelt so häufig auf, nämlich achtmal (drei Prozent). Hier sind

es in erster Linie Journalisten und Moderatoren, die Frauen durch explizite Erwähnung auch sprachlich sichtbar machen – und zwar bei durchaus ‚ernsthaften' Themen, bspw. drei Wirtschaftsbeiträgen. Ein wenig häufiger (in vier Prozent der Beiträge) benutzten die Lokalfunk-JournalistInnen symmetrische Formulierungen. Journalistinnen erwähnten in fünf Prozent ihrer Beiträge beide Formulierungen, Journalisten taten das in drei Prozent ihrer Beiträge. Im Lokalfunk ist es also so, dass Frauen Frauen tatsächlich häufiger sprachlich berücksichtigen.

Cornelißen kommt für den niedersächsischen Hörfunk zu indirekt vergleichbaren Ergebnissen: „Eine geschlechtsdifferenzierende Sprache, die Frauen gleichberechtigt neben Männern sichtbar macht, war noch kaum üblich. Sie wurde lediglich von 1,7 Prozent der Personen on air zumindest gelegentlich verwendet." (Cornelißen/Gebel 1999: 137; als Basis für die Anteilsberechnung dienen hier nicht die Beiträge, sondern die erfassten Personen.)

Mitmeinende Sprache findet sich in den öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen in 40 Prozent aller Beiträge. Damit ist also mit den beiden Kategorien weniger als die Hälfte aller Beiträge beschrieben. Was die restlichen Beiträge anbelangt, so gibt es drei Möglichkeiten:

- Entweder es werden gar keine Personen genannt, sondern es tauchen lediglich abstrakte nichtpersönliche Institutionen auf, das ist in 10 Prozent der WDR-Beiträge der Fall.
- Oder erwähnte Gruppen werden mit geschlechtsneutralen Begriffen beschrieben, beispielsweise Studierende, Parlamentsmitglieder oder Gäste. Das Vorkommen geschlechtsneutraler Sprache wurde jedoch nicht erfasst. Nach den Ergebnissen von Cornelißen ist die geschlechtsneutrale Bezeichnung „von Personen unbekannten Geschlechts oder von gemischtgeschlechtlichen Gruppen" „gebräuchlicher" als symmetrische Sprache (Cornelißen/Gebel 1999: 137; eine genauere Bezifferung ist auf Basis der veröffentlichten Daten nicht möglich).
- Oder – so der zulässige Schluss – die erwähnten Personen oder Gruppen werden geschlechtsgenau bezeichnet, was ja durchaus im Sinne des gleichstellungsspezifischen Programmauftrags läge.

Der Vergleichswert für den Lokalfunk liegt beim Aspekt mitmeinende Sprache bei 35 Prozent, also nicht allzu weit von den ‚öffentlich-rechtlichen' Zahlen entfernt. Allerdings sollte dieser Wert nicht weiter interpretiert werden, da der Reliabilitätswert dieser Variable bei nur 0,45 lag. Eine nachträglich Feinanalyse der Codierentscheidungen bei der Lokalfunk-Analyse hat ergeben, dass die Fehlentscheidungen fast alle die gleiche Richtung hatten: Die CodiererInnen hatten vorkommende mitmeinende Sprache nicht als solche erfasst; dass andere Bezeichnungen fälschlich als mitmeinende Sprache erfasst wurden, lag im Bereich des Zufallsfehlers. Bezogen

auf die 35 Prozent mitmeinende Sprache im Lokalfunk bedeutet das: Der ‚wahre' Wert liegt eher höher.

4.4.3 Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen

Tendenziell scheinen Frauen fairer mit ihren GesprächspartnerInnen umzugehen. Darauf deutet zumindest die Auswertung der beiden Indikatorvariablen zum Gesprächsverhalten on air hin. Codiert wurde, ob die Beteiligten an einem Interview ihr Gegenüber unterbrachen bzw. wie sie auf solche Versuche reagierten – ob sie sich unterbrechen ließen oder nicht.

Im Lokalfunk wurden immerhin 248 Gesprächssituationen erfasst. Keine Journalistin, aber jeder zehnte Journalist unterbricht seinen InterviewpartnerIn. Keine Gesprächspartnerin, aber vier Prozent der Gesprächspartner lassen ihr Gegenüber nicht ausreden. Grundsätzlich gehen aber alle eher höflich miteinander um: Der weitaus größte Teil der Gespräche war durch Ausreden lassen gekennzeichnet.

In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen (wo insgesamt nur 38 Gesprächssituationen erfasst wurden) lassen sich dagegen kaum Unterschiede ausmachen – Journalistinnen wie Journalisten lassen ihre GesprächspartnerInnen im Wesentlichen ausreden. Allerdings gibt es einen kleinen Unterschied zwischen Männern und Frauen bei der Reaktion auf Unterbrechungen: Männer scheinen etwas häufiger stoisch in ihrer Rede fortzufahren, Frauen geben das Rederecht eher an die GesprächspartnerIn ab.

4.4.4 Zusammenfassung: Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Insgesamt finden sich kaum Hinweise auf Unterschiede im Sprachverhalten von Männern und Frauen. Mitmeinende Formulierungen prägen als Sprachstandard die Äußerungen von Journalistinnen wie von Journalisten. Sexistische Sprache spielt zwar keine übermäßig große Rolle – keins der untersuchten Programme könnte als durchweg sexistisch bezeichnet werden –, einzelne Redaktionen produzieren aber immerhin häufiger Sexismen als etwa Berichterstattung über gleichstellungsrelevante Themen oder ein geschlechtsbewusster Blickwinkel. Wenn Sexismen über den Äther geschickt werden, sind fast immer Männer verantwortlich.

4.5 Sonderauswertung Werbung

Frauen- und Männerbilder in der Werbung sind ebenfalls Puzzlesteinchen in dem umfassenden Bild, das der Hörfunk von den Geschlechtern entwirft.

Als ökonomische Basis sind Werbespots für den Privatfunk von existenzieller Bedeutung – die Sender füllen im Schnitt knapp zehn Prozent der Sendezeit mit Werbespots (Landesanstalt für Rundfunk 1996: 17). In den Programmen von 1live und WDR2 hat die Werbung Anteile von durchschnittlich 2,6 bzw. 2,4 Prozent der Sendezeit (ARD-Jahrbuch 1998: 390). In den reichweitenstarken Sendestunden liegt der Anteil der Werbeminuten natürlich noch deutlich höher. Wer Frauen- und Männerbilder im Hörfunk in allen Facetten beleuchten will, kann deshalb die Werbeinseln nicht umschiffen. Zudem unterliegt auch die ausgestrahlte Werbung der Programmverantwortung des Senders; allein schon, um die Durchhörbarkeit ihres Programms zu gewährleisten, sind die Sender darauf angewiesen, dass die Werbung ‚zu ihnen passt'. Unter Umständen werden einzelne Werbespots auch abgelehnt, beispielsweise wenn die Musikunterlegung eines Spots das Format durchbreche oder die Aussage eines Werbetextes gegen die „guten Sitten" verstoße, wie Prüfig aus dem Sendealltag von Radio FFH berichtet (vgl. Prüfig 1993: 61).

Die für die Lokalfunk-Studie erhobenen Daten wurden bereits von Joy Tödtmann für eine Studienarbeit sekundärausgewertet; Tödtmann, Joy (1996): Staffage Frau. Zur Darstellung der Geschlechter in der Hörfunk-Werbung nordrhein-westfälischer Lokalsender. Unveröff. Studienarbeit Universität Dortmund.

Zentrale Fragen in dieser Sonderauswertung sind die nach geschlechtsrollenstereotyper Darstellung und nach direkter Herabsetzung von Frauen – qualitative und sprachliche Aspekte stehen also bei der Bewertung im Vordergrund (vgl. hierzu die Ergebnisse von Untersuchungen zum Frauenbild in der Werbung in Kap. 1.4.2.3). Das quantitative Verhältnis der Geschlechter in der Werbung wird am Rande berücksichtigt, einen thematischen Bezug gibt es in diesem Analyseschritt nicht. Insgesamt wurden 201 unterschiedliche Werbespots aus der Lokalfunk-Stichprobe analysiert; diese Spots wurden in den 40 ausgewählten Stunden insgesamt 615-mal ausgestrahlt.

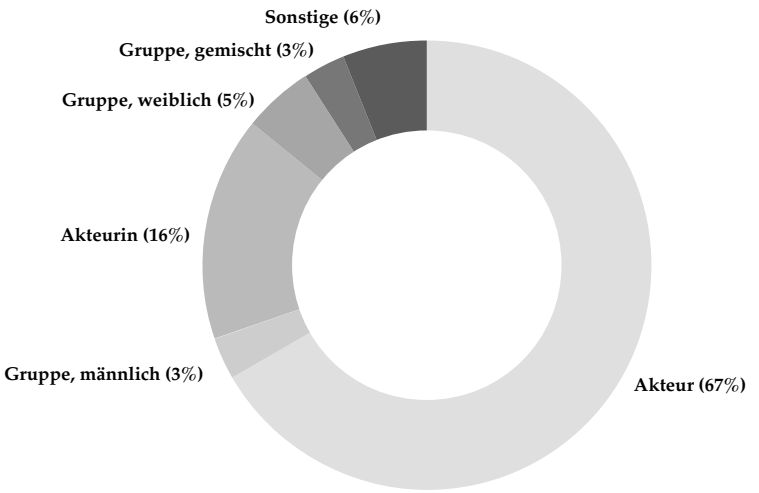
Quantitative Berücksichtigung von Frauen in der Werbung

Zwar werben Unternehmen vom Reifenhersteller bis zum Reiseveranstalter gern mit Frauen – aber anscheinend nur, wenn sie sich attraktiv und vorzugsweise leicht bekleidet ins Bild setzen lassen. Zum akustischen Werben um die Aufmerksamkeit von RadiohörerInnen scheinen Frauen jedoch nur begrenzt zu taugen – das zumindest legen die Ergebnisse der Analyse von Werbespots nahe (vgl. Abb. 38 auf der nächsten Seite). In weniger als der Hälfte (43 Prozent) der 201 untersuchten Spots kommen überhaupt weibliche Stimmen zu Gehör. Schaut man genauer,

welche Personen oder Gruppen in den Spots auftreten, so verstärkt sich die Unterrepräsentanz von Frauen noch.

Dass Männer auch in der Werbung den Ton angeben, zeigt sich sogar noch deutlicher, wenn man die Spots, die ausschließlich mit männlichen Stimmen arbeiten, denen gegenüberstellt, die eine rein weibliche Besetzung haben: 54 Prozent der 201 Spots werden nur von Männern, 7 Prozent nur von Frauen gestaltet. (vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 95; Tödtmann 1996: 25-26)

Personen in Werbespots **Abb. 38**



Wie viele der Personen in den Werbespots sind Männer, wie viele Frauen? Untersucht wurden 201 unterschiedliche Werbespots aus dem Lokalfunk-Programm mit insgesamt 427 AkteurInnen. Unter ‚Sonstige' sind Kunstfiguren beiderlei Geschlechts sowie Einzelpersonen und Gruppen zusammengefasst, deren Geschlecht nicht erkennbar war. Lesebeispiel: 67 Prozent der in Werbespots auftretenden Personen sind Männer.

Qualitative Berücksichtigung von Frauen in der Werbung

Männer stellen nicht nur den größeren Teil des Personals der Werbespots, sie sitzen auch an den Schalthebeln: 70 Prozent der dargestellten Männer treten in Hauptrollen auf, bei den Frauen sind es dagegen 51 Prozent. Mit anderen Worten: Männer präsentieren überproportional die beworbenen Produkte, Frauen agieren eher im Hintergrund. Besonders deutlich wird dieses Dominanz-Verhältnis in den überregionalen Werbespots (zu den Unterschieden zwischen lokalen und überregionalen Werbespots vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 96).

Ein anderer Aspekt hängt mit dem eben geschilderten eng zusammen: Männer übernehmen drei Viertel der informativen Sprechparts, Frauen dagegen dürfen singen: Als einzelne Sängerin oder als Mitglied eines Chors sind sie an der absoluten Mehrheit aller gesungenen Passagen beteiligt – nur knapp jeder fünfte Gesangspart wird von einem einzelnen Sänger übernommen (vgl. auch Tödtmann 1996: 28).

Diese Funktionsverteilung wird auch beim ‚letzten Wort' beibehalten. In drei Viertel aller Fälle setzen Männer den markanten Schlusspunkt, in rund einem Zehntel der Fälle bleibt dies Frauen vorbehalten (zahlreiche weitere Details zum ‚letzten Wort' bei Tödtmann 1996: 29-31).

Schaut man sich Frage- und Beratungssituationen an, so wird das Muster männlicher Dominanz und weiblicher Unterordnung bestätigt. Allerdings ist hier die empirische Basis sehr klein: Nur 38 aller 427 AkteurInnen sind an Frage-Antwort-Spielen beteiligt, 22 AkteurInnen sind aktiv oder passiv in Beratungsgespräche verwickelt. Frauen wirken eher begeistert als kompetent, wenn sie Fragen zum Produkt beantworten sollen. Und ihre Kompetenz langt anscheinend auch nicht, um Andere beraten zu können: Als Berater sind Männer überdurchschnittlich häufig aktiv; bei denen, die Rat suchen, sind Frauen und Männer dagegen zu gleichen Teilen vertreten. Und – in der Logik der Werbespots nahezu zu erwarten – Frauen dürfen ausschließlich ihren Geschlechtsgenossinnen Ratschläge erteilen (zu Beratungssituationen vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 99; Tödtmann 1996: 31-33).

Damit sind die Geschlechtsrollen von Männern und Frauen in erster Linie unter formalen Aspekten beschrieben, nun rückt der Fokus auf die inhaltliche Ebene. Viele der bereits aus der Analyse der redaktionellen Beiträge bekannten Zuordnungen finden sich auch in den Werbespots wieder, teilweise sogar auf die Spitze getrieben. Generell gilt aber hier: Die Fallzahlen sind klein und erlauben lediglich Trendaussagen.

Von den 61 AkteurInnen, die in der Spot-Szenerie offensichtlich einen Beruf ausüben, sind vier Fünftel Männer. Das spiegelt natürlich zum einen die generelle Überzahl der Akteure wider, als Berufstätige tauchen Frauen aber noch seltener auf als ohnehin schon. Bei immerhin zehn Männern ist der Beruf sogar klar erkennbar. Das trifft nur für eine Frau zu, hier handelt es sich um eine Stewardess – diese wird allerdings als für ihren Beruf untauglich präsentiert: Sie weiß nicht, welche Biermarken an Bord vorhanden sind, und zieht damit den Spott eines männlichen Fluggastes auf sich.

Dass die professionelle Welt in der Augen der WerbemacherInnen eher eine Männerwelt ist, zeigt sich auch an einer anderen Verteilung: Männer vertreten (relativ) häufiger das werbende Unternehmen, Frauen sind häufiger die Konsumentinnen (vgl. auch Tödtmann 1996: 36).

An diese Rollenzuschreibungen sind die Attribute, die sich den agierenden Personen zuordnen lassen, recht eng geknüpft: Männer hinterlassen überdurchschnittlich oft einen seriösen, kompetenten und souveränen Eindruck; Frauen wirken überdurchschnittlich oft begeistert und euphorisch – in erster Linie natürlich vom beworbenen Produkt bzw. seiner Wirkung (vgl. auch Tödtmann 1996: 44-46).

Darüber hinaus werden Frauen und Männer in den Werbespots in je unterschiedliche Produktkontexte gestellt – und diese Produktkontexte orientieren sich recht eindeutig an traditionellen Rollenvorstellungen bzw. -klischees.

Autos, Bier, Baumärkte, technische und elektronische Geräte sowie Zeitungen sind ‚Männerdomänen'. Hier sind männliche Akteure deutlich überrepräsentiert. In Spots von Autoherstellern oder -häusern tauchen beispielsweise 15-mal so viele Männer wie Frauen auf, bei Biermarken sind es 14-mal so viele.

Frauen sind in einer einzigen Kategorie tatsächlich in der absoluten Mehrheit – und zwar bei Spots, die für Hotels werben. Hier gibt es doppelt so viele Frauen wie Männer (allerdings handelt es sich auch lediglich um vier Spots). Bei einigen anderen Produkten sind sie zwar auch in der Minderheit, aber nicht ganz so krass wie beispielsweise beim Auto. Das sind Möbelhäuser, Nahrungsmittel, Produkte der Gesundheitsindustrie, Boutiquen und Banken.

Während Frauen also vornehmlich bei Produkten des alltäglichen Bedarfs oder der Fürsorge für andere zum Zuge kommen, sind Männer für alles Technische verantwortlich – und fürs Bier.

Sprachliche Berücksichtigung von Frauen in der Werbung

Eine sprachliche Feinanalyse der untersuchten Werbespots war laut Kategoriensystem nicht vorgesehen. Erfasst wurden allerdings sexististische Formulierungen und Fälle von expliziter Herabsetzung von Frauen.

Solche Fälle sind allerdings die Ausnahme – sie kommen aber vor: Von den 201 unterschiedlichen Spots arbeiteten drei mit dem Mittel der Herabsetzung von Frauen (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 102). Im Gegensatz beispielsweise zu den Zwischenmoderationen im redaktionellen Programm sind dies ja auch keine ‚Entgleisungen en passant', sondern bewusst eingesetzte Stilmittel.

Zwei Spots reduzieren Frauen auf ‚typisch Weibliches'. Ein Beispiel: Ein Unternehmen für Schließtechnik und Sicherheit wirbt mit dem Szenario eines Einbruchs für seine Dienste. Die Protagonistin stellt fest, dass in ihre Wohnung eingebrochen wurde. Ihre Reaktion ist hysterisches Gekreisch und der Ruf nach ihrem Mann. Dieser, das impliziert der Spot, wird nun sicherlich kommen, den Schaden begutachten, die Polizei verständigen und das werbende Unternehmen mit der künftigen Sicherung der Wohnung beauftragen – so wie es die belehrende männliche Stimme aus dem Off empfiehlt. Die Männer sind in diesem Spot ‚Herren der Lage', die Frau ist mit der Situation überfordert.

In einem weiteren Spot wird eine Frau mit einem Produkt gleichgesetzt – was per se ja noch keine Diskriminierung darstellt und auch in der Fernsehwerbung gebräuchlich ist (in einem Spot für Orangensaft tauchen beispielsweise männliche Limonaden und weibliche Eistees auf). In diesem Spot spricht allerdings eine weibliche Stimme, die erotisch wirken soll, die Hörer als „Ihr Lieblingssofa" an. Der

Text spart nicht mit zweideutigen Bemerkungen: „Bei mir liegen Sie richtig“ verspricht die Couch und lädt den Kunden zu einem Rendezvous.

Insgesamt fallen die Unterschiede zwischen lokalen und überregionalen Spots gering aus (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 96), sodass es mir nicht notwendig erschien, eine weitere Stichprobe aus dem WDR-Programm zu ziehen. Zwar scheinen die überregionalen Spots deutlicher von Männern dominiert als die lokalen. Aber es scheint nicht zu erwarten, dass bei einer Analyse überregionaler Spots deutliche Verstöße gegen den gleichstellungsspezifischen Programmgrundsatz zutage treten. Um Frauen- und Männerbilder in der nordrhein-westfälischen Hörfunkwerbung zu illustrieren, mögen die geschilderten Ergebnisse ausreichen.

4.6 Sonderauswertung Musik

Zwar zählt die Musik, die ein Radiosender ausstrahlt, nicht zum redaktionellen Wort. Sie wird nicht von der Redaktion produziert, sie wird noch nicht einmal von der Redaktion (der jeweiligen Sendung) ausgewählt: Im Lokalfunk wird die Musikauswahl zentral über Playlists aus Oberhausen gesteuert, bei 1live sorgt ein Computer für den Musikteppich, bei WDR2 ist es eine Musikredaktion, die die Titel auswählt. Aus mehreren Gründen scheint es aber sinnvoll, die Musik trotzdem in die Untersuchung einzubeziehen:

Die Programmverantwortung des Senders erstreckt sich auch mit auf die Musik, die ja immerhin auch den größten Teil des Sendevolumens füllt. Und auch in der Wahrnehmung der HörerInnen spielt die Musik eine gewichtige Rolle: Für das Radiopublikum ist die Musik einerseits direkt nach den Nachrichten das zweitwichtigste Programmelement (vgl. bspw. Stuiber 1990: 101); andererseits ist die Musik – im Gegensatz beispielsweise zu den Nachrichten – auch ein zentraler Einschaltgrund. Kliment (1996: 502; vgl. auch 513) nennt zahlreiche Studien, die diese Annahme belegen. Insbesondere die jüngeren HörerInnen schalten das Radio ein, um Musik zu hören (vgl. Oehmichen 1999: 550; Gerhards/Klingler 1999: 573).

Die Musikfarbe ist ein zentraler Baustein im Sendekonzept einer Radiostation oder einer Rundfunkwelle. Und je mehr Sendefläche für Musik freigehalten wird, desto zentraler ist ihre Rolle im Sendekonzept. Das heißt: Ein Sender wie Radio5, der Musik lediglich zum Trennen von Wortstrecken einsetzt und kaum je einen Titel ausspielt, wird wohl weniger im Hinblick auf die Musikfarbe ausgewählt werden als beispielsweise 1live oder Radio 91,2 (Dortmund). Anders herum formuliert: Auch – oder gerade – wenn ein Programm eher ‚nebenbei' läuft, wird die Musik wahrgenommen. Deswegen soll sie in die Analyse ebenso einfließen wie das redaktionelle Wort und die Werbung. Allerdings spielt die Musik bei der Gesamtbewertung nur eine untergeordnete Rolle, denn der gleichstellungsspezifische Programmgrundsatz zielt in erster Linie wohl auf die journalistischen Programmelemente.

Darüber hinaus ist nicht zu erwarten, dass per Musik ein eigenständiger bzw. aktiver Beitrag zur Verwirklichung von Gleichstellung geleistet wird. Ein möglicher Verstoß gegen die Programmnorm ist allerdings durchaus denkbar – beispielsweise durch das Abspielen von Titeln mit explizit frauenfeindlichen Texten.

Analysiert wurden insgesamt 188 Titel, die im Programm von Radio 91,2 gesendet wurden, und 166 Stücke aus der entsprechenden Playlist der Musikredaktion in Oberhausen (zur Auswahl der analysierten Stunden und der genauen Anlage der

Analyse vgl. Kap. 3.6.2; zu den Ergebnissen vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 104-107).

Das Wichtigste vorweg: Es finden sich (nahezu) keine Hinweise darauf, dass die Musik im nordrhein-westfälischen Lokalfunk Rollenklischees transportiert. Inhalte, die Frauen unmittelbar diskriminieren, wurden nicht gefunden. Die gleichstellungsrelevanten Programmleistungen in den redaktionellen Wortbeiträgen scheinen durch die Musik also nicht konterkariert zu werden.

Werden die zentralen Untersuchungsdimensionen auch auf die Musikstücke angewandt, so lassen sich die Ergebnisse wie folgt zusammenfassen: Quantitativ sind Interpretinnen zwar in der Minderheit, sie singen aber immerhin jedes dritte Lied, das in die Stichprobe fiel. Solointerpretinnen, rein weibliche Gesangsgruppen und weibliche Parts in gemischtgeschlechtlichen Gruppen sind hier zusammengefasst. Solointerpreten tragen gut die Hälfte aller Stücke vor (56 Prozent). Auch in den musikalischen Programmelementen sind Frauen also hörbar vertreten.

In der Playlist zu den analysierten Stunden sieht es ganz ähnlich aus: Sängerinnen sind zwar nicht paritätisch vertreten, aber sie fallen auch nicht komplett durch die Raster der Selektionsprogramme. Laut Prüfig sieht beispielsweise die Musikuhr von Radio FFH vor, dass etwa jeder dritte Titel von weiblichen Interpretinnen gesungen wird. Das Selektionsprogramm ‚Selector' achte jedoch darauf, niemals zwei Titel von Frauen hintereinander zu spielen (Prüfig 1993: 52-53). Warum zwar zwei Männer hintereinander singen dürfen, zwei Frauen aber nicht, erklärt sie jedoch nicht. Allerdings ist davon auszugehen, dass solche Entscheidungen weniger auf persönlichen Präferenzen beruhen oder gar das Ziel haben, Gleichstellung im Musikgeschäft zu verhindern. Stattdessen wird in diesem Punkt sorgfältig Marktforschung betrieben (vgl. Prüfig 1993: 76). Denn quotenabhängige Stationen müssen vor allem auch Stücke auswählen, die im Publikum auf breite Akzeptanz stoßen. Wenn überhaupt gezielt Einfluss auf das Geschlechterverhältnis in den Charts genommen wird, dann in den Marketing-Stäben der Musikindustrie und weniger in den Radiostationen.

Aus der Perspektive der qualitativen Präsenz der Geschlechter rücken Rollenklischees in den Liedinhalten in den Fokus. Lediglich zwei Titel machen unter diesem Aspekt überhaupt auf sich aufmerksam – und zwar mit unterschiedlichen Vorzeichen. In einem Lied wird die Protagonistin als Frau dargestellt, die klaglos sämtliche Eskapaden ihres Partnes akzeptiert und die Beziehung zu ihm stets aufrechterhält. In einem anderen Stück wird dagegen sogar explizite Kritik an traditionellen Geschlechtsrollenstereotypen geübt: Es sei keinesfalls allein ‚Männersache', den ersten Kontakt herzustellen.

Ein potenziell gleichstellungsrelevantes Thema beherrscht den Löwenanteil aller untersuchten Stücke: In zwei Drittel der Titel geht es um Liebe und Partnerschaft, ums Verlassenwerden und ums Kennenlernen. Überwiegend erweisen sich die Liedinhalte als apolitisch. In vier Stücken werden soziale Missstände angesprochen, Gleichstellungsfragen werden nicht thematisiert.

Sprachliche Besonderheiten wurden in der Analyse nicht erfasst – angesichts des hohen Anteils englischsprachiger Titel ist das aber kein Manko: Auch den meisten HörerInnen werden Sprachfeinheiten verborgen bleiben – und die Frage nach symmetrischer Sprache ist im Englischen ohnehin obsolet.

Wie eingangs bereits vorweggenommen, sind keinerlei ‚musikalische Verstöße' gegen das Prinzip der Gleichstellung zu erkennen. Andererseits gehen von der Musik aber auch keine Impulse für ein gleichstellungsförderndes Programm aus.

4.7 Zusammenfassung: Ergebnisse der Programmanalyse

Die wichtigsten Ergebnisse der vorangegangenen Analyse fasse ich hier entlang der vier Untersuchungsdimensionen zusammen.

Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung auf quantitativer Ebene

Wer eines der untersuchten nordrhein-westfälischen Radioprogramme einschaltet, hört mit hoher Wahrscheinlichkeit eine männliche Stimme: Stimmen von Männern begleiten die HörerInnen durch die Sendungen, sie berichten von Ereignissen und Entwicklungen auf der Welt und sie kommentieren sie – ob als Journalisten, als Politiker, als Unternehmer, als Wissenschaftler.

Zentrale Figuren in der Programmkonzeption sind die ModeratorInnen: Sie leihen den Sendern nicht nur ihre Stimme, sondern auch ihr ‚Gesicht'. In der Regel sind sie diejenigen, die das Publikum mit einem Sendernamen identifiziert. Sie sind die ‚anchor-men' und ‚anchor-women'.

1live hatte unter diesem Gesichtspunkt – zumindest in der gezogenen Stichprobe – so gut wie nichts zu bieten: Lediglich eine Frau nahm hinter dem Moderationsmikro Platz, und das auch erst in der Stunde vor Mitternacht. WDR2 dagegen bot in der Stichprobe nahezu genauso viele Moderatorinnen wie Moderatoren auf, ein kleiner Teil der Sendungen wurde von einem gemischten Doppel begleitet.

Der Lokalfunk deckt mit seinen untersuchten 41 lokalen Programmen und dem Programm von Radio NRW fast das komplette denkbare Spektrum an Geschlechterverhältnissen in der Moderation ab: Im Schnitt liegt der Anteil der Moderatorinnen bei knapp einem Drittel. Immerhin sieben Stationen präsentierten sich in den untersuchten Stunden ausschließlich mit männlichen Stimmen; bei ebenfalls sieben Stationen öffneten sich die Mikros überwiegend für Moderatorinnen. Allerdings gab es keinen Sender, der sein lokales Programm ausschließlich von Frauen präsentieren ließ. Der ‚Höchstwert' – von Radio 91,2 – lag bei 75 Prozent.

Diese Zahlenverhältnisse sind – viel stärker als die übrigen Ergebnisse – als Trend zu interpretieren: Sendungsmoderationen sind anders als die meisten übrigen redaktionellen Tätigkeiten in Schichten organisiert. Stichproben, die (wie ein großer Teil der verfügbaren Hörfunk-Analysen) ganz oder überwiegend aus einer natürlichen Woche gezogen werden, können daher zu diesem Aspekt verzerrende Daten liefern. Für den Lokalfunk bleibt jedoch als Gesamtergebnis eine Unterrepräsentanz von Frauen in der Moderation bestehen; für die beiden WDR-Wellen bestätigen die Geschlechterverhältnisse in den festen Moderationsteams der Hauptsendungen den festgestellten Trend.

Anders als die ModeratorInnen sind die JournalistInnen nicht als Personen, sondern tatsächlich eher als Stimmen im Programm präsent. Und was da an die Ohren der HörerInnen dringt, ist ebenfalls überwiegend männlich. 1live bestreitet mehr als vier Fünftel der Programmbeiträge mit Journalisten, WDR2 etwa zwei Drittel. Bei diesem Wert landet auch der Lokalfunk im Schnitt über alle Sender. Von Lokalsender zu Lokalsender schwankt der Anteil der Beiträge von Journalisten jedoch erheblich: Radio Rur wartet mit den meisten Beiträgen von Journalisten und den wenigsten von Journalistinnen auf (98 zu 2 Prozent). In absoluten Zahlen heißt das: Lediglich zwei von 108 Beiträgen sind von Journalistinnen. Bei Radio Bonn/Rhein-Sieg ist das Verhältnis fast umgekehrt (18 zu 82 Prozent). Das ist zum Teil Ergebnis der Einstellungspolitik in den Sendern: Einige der Sender, bei denen Frauen on air nicht zu hören sind, haben schlicht keine oder kaum Frauen als Redakteurinnen aufzuweisen. Zum Teil macht sich hier aber auch eine in den Stationen individuell unterschiedliche Arbeitsteilung bemerkbar: Bei 1live und beim Lokalfunk arbeiten die Journalistinnen offenbar hauptsächlich für die Nachrichten; entsprechend werden klassische ‚Nachrichtenthemen' wie Politik und Wirtschaft, Kriminalität und Katastrophen bei 1live überdurchschnittlich häufig von Frauen präsentiert. Bei WDR2 ist diese Konzentration der Journalistinnen auf die Nachrichten dagegen nicht zu erkennen; auch Themenschwerpunkte von Journalistinnen bzw. Journalisten sind nicht in dieser Form ausgeprägt.

Und diejenigen, mit denen sich diese JournalistInnen beruflich beschäftigen, sind auch überwiegend Männer: Sowohl bei den AkteurInnen, die erwähnt werden, als auch bei denen, die in einem O-Ton zu Wort kommen, sind Frauen in der Minderheit. Die im Vergleich zum Journalistinnen-Anteil deutlich geringere Streuung der Akteurinnen-Anteile innerhalb des Lokalfunks ist ein Indiz dafür, dass dies in weiten Teilen auf geltende journalistische Standards bzw. Arbeitsweisen zurückzuführen ist: Die Werte schwanken hier zwischen 5 und 28 Prozent. Bei den beiden öffentlich-rechtlichen Wellen liegt der Vergleichswert ungefähr bei 10 Prozent.

Bricht man diese Zahlen auf Beitragsebene herunter, so fällt zunächst der Anteil der Beiträge auf, die ganz ohne Menschen auskommen: Mit knapp einem Fünftel liegt dieser Anteil beim Lokalfunk noch höher als bei den WDR-Wellen. Der weitaus größte Teil der analysierten Beiträge kommt allerdings ohne weibliche Akteurinnen zurecht, nämlich etwa vier Fünftel. Hier weichen die Sender kaum voneinander ab.

Was die stimmliche Dominanz angeht, so liegt der Beitrag der nordrhein-westfälischen Radioprogramme zur Verwirklichung von Gleichberechtigung auf niedrigem Niveau. Eine aktive Leistung, Frauen in den unterschiedlichen Programmrollen gleiche Präsenzchancen wie Männern einzuräumen, ist nicht erkennbar –

und anscheinend auch nicht angestrebt. Andererseits ist es eindeutig, dass die meisten untersuchten Sender Frauen zumindest soviel Platz einräumen, dass ein gleichstellungsspezifischer Beitrag auf anderer – qualitativer oder thematischer – Ebene denkbar wäre. Lediglich bei einigen Lokalstationen wird das schwierig: Die Anteile an Akteurinnen im Programm sind hier so marginal, dass auf dieser Basis auch unter den übrigen Untersuchungsperspektiven kaum noch erkennbare gleichstellungsspezifische Leistungen zu erwarten sind.

Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung auf qualitativer Ebene

Die quantitative Präsenz – das wurde bereits mehrfach betont – ist allerdings nur die Basis für das ‚Wie' der Berichterstattung. Wie die Sender über Frauen und Männer berichten, welche Personen in welche Kontexte gerückt werden und welche Geschlechterstereotypen gezeichnet werden, das ist von Sender zu Sender sehr unterschiedlich: Während die AkteurInnen sich im ‚1live-Sektor' überwiegend in der Privatwelt bewegen, stehen die AkteurInnen im Programm von WDR2 im öffentlichen Raum: 1live hat die höchste Quote an ‚funktionslosen' BürgerInnen, WDR2 die höchste an PolitikerInnen, ArbeitgebervertreterInnen, ExpertInnen. Der Lokalfunk dagegen streut sein AkteurInnen-Spektrum breiter als die beiden öffentlich-rechtlichen Wellen. Abgesehen von diesen unterschiedlichen geschlechterübergreifenden ‚Personen-Profilen' gibt es auch Gemeinsamkeiten zwischen den untersuchten Sendergruppen: Sei es bei 1live, bei WDR2 oder beim Lokalfunk – die Domäne der Frauen ist das ganz normale ‚Mensch-Sein'; sie sind häufig Alltagspersonen, die keine weiteren Aufgaben haben, Funktionen erfüllen oder Inhalte vertreten. Männer dagegen haben anscheinend eine Aufgabe auf der Welt. Sie treffen die politischen Entscheidungen über die Geschicke des Landes, sie verwalten den Staat und seine BewohnerInnen, sie sind erfolgreich, bei dem, was sie tun. Berühmtheiten sind dagegen bei beiden Geschlechtern stark vertreten – hier spiegelt sich die Relevanz des Nachrichtenfaktors ‚Prominenz'. Auf diese Weise teilt sich die mediale Welt im Radio in zwei Sphären, die eng ‚mit dem Geschlecht verwoben' sind (zu dieser Übersetzung von ‚gendered' vgl. Klaus 1998: 49).

Die Bilder, die 1live, WDR2 und der Lokalfunk von Frauen und Männern entwerfen und verbreiten, sind nur schwerlich als aktiver Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung zu werten. Es sind dieselben Defizite zu konstatieren, die in anderen Untersuchungen auch für andere Medien bereits festgestellt wurden: In den medialen Darstellungen füllen Männer Entscheidungspositionen und tragen Verantwortung, Frauen nicht. Dabei ist es nicht so, dass Frauen die ‚komplementären' Positionen zugewiesen würden, wie dies für fiktionale Stoffe ja bereits festgestellt wurde (vgl. die Ergebnisse von Weiderer 1993). Der konstatierte Dualismus, der

Männern das Öffentliche, Frauen das Private zuweist, wird in den hier untersuchten Radioprogrammen abgelöst: Männer werden scharf profiliert gezeichnet, Frauen bleiben überwiegend konturlos. Wenn so ein Stereotyp geschaffen wird, dann ist es das der Bedeutungs- und Funktionslosigkeit.

Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung auf thematischer Ebene

Welches Themenprofil die Sender vor ihren HörerInnen entfalten, ist ebenfalls von entscheidender Bedeutung für den potenziellen Beitrag der Programme zur Verwirklichung von Gleichberechtigung. Die Themenprofile der untersuchten Wellen bilden die zugrunde liegenden Programmkonzeptionen gut ab: WDR2 profiliert sich als Informationssender mit Schwerpunkt auf politischer und wirtschaftlicher Berichterstattung. Bei 1live und im Lokalfunk finden Themen aus diesem Sektor vorwiegend in den Nachrichten statt. Die primäre Aufmerksamkeit außerhalb der Nachrichten gilt kultur- und freizeitorientierten Themen. Das gilt vor allem für 1live: Politik, Wirtschaft, Umwelt und Soziales tauchen außerhalb der Nachrichten so gut wie überhaupt nicht mehr auf.

Der Anteil der Berichterstattung, der sich qua Thema potenziell mit der Gleichstellung der Geschlechter auseinander setzt, ist ausgesprochen klein: Im Lokalfunk und bei WDR2 dreht sich etwa jeder fünfzigste Beitrag um das Zusammenleben mit PartnerInnen und/oder Kindern, um Arbeitsverteilung zwischen Männern und Frauen, um gleichstellungspolitische Fragen im weitesten Sinn. 1live macht hier insofern eine Ausnahme, als Partnerschaft, Beziehungen zwischen den Geschlechtern vergleichsweise häufig thematisiert werden – nämlich etwa in jedem zwanzigsten Beitrag. Die übrigen gleichstellungsrelevanten Themen spielen aber auch bei 1live eine marginale Rolle. Ungefähr auf ähnlichem Niveau wie 1live liegen auch fünf Lokalsender; zehn Lokalstationen fallen dagegen durch Abstinenz bei diesen Themen auf.

Wird ein solch potenziell gleichstellungsrelevantes Thema behandelt, so fällt das nicht unbedingt mit einer Berichterstattungsperspektive zusammen, die sich der gesellschaftlichen Positionierung der Geschlechter bewusst ist und diese in den Fokus rückt – ganz im Gegenteil: Auf allen Wellen wird über die Mehrzahl der gleichstellungsrelevanten Themen aus einer geschlechtsneutralisierenden Perspektive berichtet. Selbst bei Themen, bei denen eine besondere Betroffenheit von Frauen oder unterschiedliche Konsequenzen für Frauen und Männer eigentlich nahe liegen, spielt das in der Berichterstattung nicht unbedingt eine Rolle. Einen derart differenzierten Blick auf die Geschehnisse werfen die nordrhein-westfälischen Sender insgesamt nur in Ausnahmefällen. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender

setzen die Forderung nach geschlechtsbwusster Perspektive in rund drei Prozent ihrer Beiträge um; manche Lokalsender erreichen dagegen Werte von bis zu zehn Prozent.

Ist ein solcher geschlechtsbewusster Blick aufs Thema Frauensache, oder gehen auch Männer so an ihre journalistische Arbeit heran? In allen untersuchten Programmen bzw. Programmgruppen stammt die absolute Mehrzahl der geschlechtsbewussten Beiträge aus der Hand von Journalisten; Journalistinnen sind in etwa entsprechend ihrem Anteil an der Gesamtberichterstattung vertreten. Damit bestätigt sich die von Wissenschaftlerinnen und Journalistinnen formulierte Annahme, dass diese Berichterstattungsperspektive keinesfalls ‚an das Vorhandensein eines Uterus'' geknüpft ist. Andererseits geht es auch in einigen Fällen daneben, wenn Journalisten sich derart explizit mit der gesellschaftlichen Positionierung von Männern und Frauen auseinander setzen. Rund ein Zehntel dieser Beiträge, die sie abliefern, müssen eher als Beitrag gegen die Verwirklichung von Gleichberechtigung gewertet werden als dafür. Bei den Journalistinnen sieht das anders aus: Mehr als ein Drittel der Beiträge mit dem Label ‚geschlechtsbewusst' setzt ein Signal für Gleichberechtigung. Der größte Teil der Beiträge bleibt aber bei Männern wie bei Frauen neutral.

Ohnehin ist es insgesamt nur ein verschwindend geringer Anteil der Beiträge in der Stichprobe, der klar und deutlich pro Gleichstellung argumentiert – ganz unabhängig vom bearbeiteten Thema, von den vorkommenden AkteurInnen oder von der gewählten Perspektive. Positiv sind insgesamt nur 29 von 5.027 Beiträgen aufgefallen – das sind weniger als 0,6 Prozent. Die meisten davon stammen – aufgrund der größeren Gesamtstichprobe – aus dem Lokalfunk. Hier fanden sich auch fast alle Beiträge, in denen Gewalt gegen Frauen thematisiert wurde. Ein Indiz dafür, dass, wenn das Thema überhaupt die Hürden bis ins Programm nimmt, tendenziell sensibel damit umgegangen wird. Die meisten der Beiträge, die eine Lanze für die Gleichstellung der Geschlechter brechen, stammen übrigens aus der Hand einer Journalistin (s.o.).

Negativ aufgefallen sind auch nur 33 der untersuchten Beiträge. Beim Lokalfunk waren das vor allem Beiträge mit ‚sonstigen' Themen. Hier handelte es sich überwiegend um freie Moderationsbeiträge – Plaudereien, die Rollenklischees transportieren. Im Programm von 1live gingen auch einige der Beiträge ins Auge, die sich um gleichstellungsrelevante Themen drehen – zum Beispiel um die Verteilung von Hausarbeit und Kindererziehung zwischen Mann und Frau. Von den Beiträgen, die die Gleichstellung der Geschlechter eher zu behindern denn zu fördern schienen, stammt der größte Teil von männlichen Journalisten – nur zwei

Journalistinnen vergriffen sich derart im Ton, dass ihre Beiträge hier vercodet wurden.

Der gleichstellungsspezifische Beitrag, den die Redaktionen der untersuchten Programme qua Auswahl und Aufbereitung von Themen leisten, ist somit als gering einzuschätzen. In den drei Begleitprogrammen, die ja offiziell alle das ‚Gütesiegel' Vollprogramm tragen, werden Gleichstellung oder Gleichstellungsdefizite weder in nennenswertem Umfang direkt aufgegriffen, noch implizit bei der Bearbeitung ‚allgemeiner' Themen berücksichtigt.

Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung auf sprachlicher Ebene

Ein explizit positiver Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung ist in den untersuchten Programmen auf sprachlicher Ebene kaum zu finden. Das Bemühen, Frauen sprachlich sichtbar zu machen, ist in den Redaktionen von 1live, WDR2 und Lokalfunk nicht vorhanden. Lediglich in zwei bis vier Prozent aller Beiträge in den Stichproben benutzen die JournalistInnen männliche und weibliche Formen parallel. In der kurzen, knappen Radiosprache werden Frauen häufig ‚mitgemeint'. Auch für den Hörfunk gilt, was in anderen Untersuchungen bereits für die Berichterstattung von Tageszeitungen konstatiert wurde: Wenn Frauen als AkteurInnen kaum auftauchen, können sie auch kaum zum Objekt sexistischer Formulierungen werden. Sowohl offene, direkte wie auch unterschwellige Sexismen reduzierten sich in den untersuchten Programmen auf einzelne Ausreißer, die überwiegend von Männern zu verantworten und überwiegend in Moderationen eingebettet sind. Damit ist keines der untersuchten Programme generell mit dem Attribut ‚sexistisch' zu belegen. Andererseits müssen diese Werte auch in Relation gesehen werden: Immerhin kommen in einigen der Programme sexistische Formulierungen häufiger vor als Beiträge über gleichstellungsrelevante Themen oder ein geschlechtsbewusster Blick in der Berichterstattung.

5 Analyse der Frauensendungen in den untersuchten Programmen

Sowohl der nordrhein-westfälische Lokalfunk als auch die beiden öffentlich-rechtlichen Wellen 1live und WDR2 erfüllen den gleichstellungsspezifischen Programmauftrag nur sehr eingeschränkt – und allenfalls in seiner passiven Wirkungsrichtung. Das haben die vorangegangenen Abschnitt gezeigt. Die gesamte gleichstellungsspezifische Programmleistung des privaten bzw. des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen lässt sich allerdings nur dann beurteilen, wenn auch die Formate einfließen, die speziell bzw. vorwiegend für ein weibliches Publikum gemacht werden.

Im Lokalfunk sind das die Sendungen, die von Frauengruppen für den Bürgerfunk produziert werden; der WDR strahlt ‚seine' Frauensendung ‚abwasch' samstags ab 15.05 Uhr auf Radio5 aus. Zumindest eins haben diese ansonsten (programmstrukturell) recht unterschiedlichen Angebote gemeinsam: Sie senden nahezu unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Für die Frauensendungen, die auf den Lokalradio-Frequenzen ausgestrahlt werden, können keine exakten Reichweiten angegeben werde. Vor der landesweiten Standardisierung der Bürgerfunk-Zeiten wurde der Bürgerfunk von den einzelnen Lokalsendern häufig auf quotenschwache Tagesabschnitte platziert. ‚abwasch' wartet mit einer ungefähren Reichweite von 0,2 Prozent auf (eigene Berechnungen nach EMA 1998: 40-48).

Ziel dieses Analyseschritts ist es, die gleichstellungsspezifischen Programmleistungen der Frauensendungen zu beschreiben und den Vergleich mit den allgemeinen redaktionellen Programmen zu ziehen. Das Kategoriensystem wurde für diesen Arbeitsschritt modifiziert, um dem speziellen Programmprofil von Frauensendungen besser gerecht zu werden. Andererseits wurde das Kategoriensystem in möglichst vielen Punkten an das der allgemeinen Analyse angelehnt (vgl. Kap. 3.6.4). Denn Frauensendungen und die allgemeinen Programme sollen aus derselben Perspektive betrachtet werden. Das ist in den meisten bereits vorliegenden Studien nicht der Fall: Frauen- bzw. gleichstellungsspezifische Medienangebote werden in aller Regel unter gänzlich anderen Aspekten analysiert als allgemeine Medienangebote (vgl. Kap. 1.4).

Ich stelle die Analysen zunächst voneinander getrennt dar. Denn bei ‚abwasch' handelt es sich um eine professionell journalistische Produktion, die in einem qualitativ hochwertigen Umfeld ausgestrahlt wird. Die Frauensendungen im Bürgerfunk dagegen werden nicht von ausgebildeten JournalistInnen, sondern von engagierten Radio-Interessierten gemacht.

5.1 Frauensendungen im Bürgerfunk – Ergänzung oder Abschaltfaktor?

Seit der Geburtsstunde des Lokalfunks hat es landesweit lediglich einen einzigen Versuch gegeben, eine redaktionelle Frauensendung auf den Weg zu bringen. Das Frauenmagazin des Senders Aachen 100,eins wurde allerdings bald wegen zu geringer Einschaltquoten wieder eingestellt – so die offizielle Begründung. Der Bürgerfunk dagegen bietet ein breites Spektrum an Sendungen von Frauen für Frauen. Etwa 45 Frauenradiogruppen waren 1995 in Nordrhein-Westfalen on air. In den meisten Verbreitungsgebieten hatte sich mindestens eine Gruppe zusammengefunden, in manchen – beispielsweis Köln oder Münster – sogar zwei oder drei. Das hat eine Erhebung des ForumFrauenRadio im Auftrag der LfR ergeben. Aktuellere Zahlen, die einen vergleichbar guten Überblick über die nordrhein-westfälische Frauenradioszene bieten, existieren meines Wissens nicht.

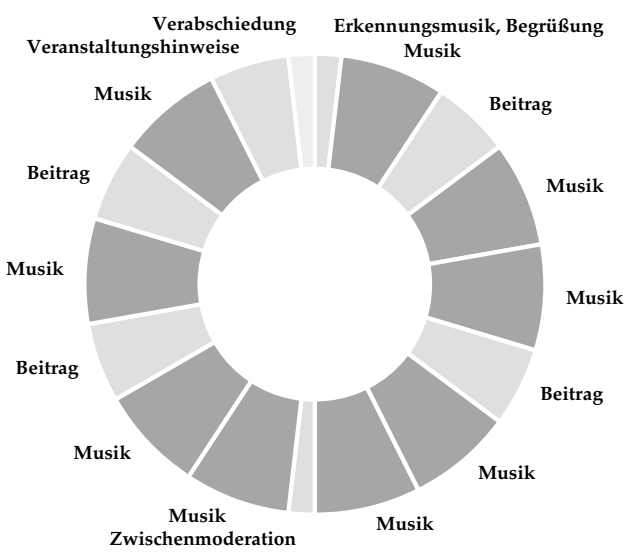
Wie ergänzen die Frauensendungen im Bürgerfunk die gleichstellungsspezifischen Angebote der Lokalstationen? Und erweisen sich diese Sendungen als die ‚Stolperfallen' im durchhörbaren Programmteppich, als die sie in den Lokalfunk-Redaktionen teils apostrophiert werden (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 132)?

Um diese Frage beantworten zu können, wurden im Forschungsprojekt ausgewählte Frauensendungen analysiert (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 171-186; vgl. auch S. 94). Die vergleichende Analyse der gleichstellungsspezifischen Qualitäten der Sendungen schließt sich an eine kurze Vorstellung der ausgewählten Gruppen und ihrer Sendungen an.

Die 3k's – kess, kühn, kirchlich

Einmal im Monat mittwochs abends lief im Bürgerfunk von Radio Essen das Frauenmagazin ‚Die 3k's – kess, kühn, kirchlich'. Produziert wurde die Sendung von Frauen der Essener Sektion der Katholischen Frauengemeinschaft Deutschlands (KFD). Das Redaktionsteam aus dem Kreis der KFD hielt sich an ein recht fixes Sendeschema (vgl. Abb. 39); die üblichen vier Beiträge waren in einen weitgehend ritualisierten Sendeablauf eingebettet.

Stundenuhr ‚Die 3 k's – kess, kühn, kirchlich' **Abb. 39**



Die gesendeten Beiträge sind häufig länger als 2:30 – der Wortanteil ist per saldo also deutlich höher als der von radio NRW bzw. dem Lokalfunk. Die Priorität liegt im Informativen, weniger im Unterhaltenden. Die Essener Bürgerfunkerinnen scheinen einen Kompromiss zu suchen zwischen den eigenen inhaltlichen Ansprüchen, ‚etwas rüber zu bringen', und dem Ziel, ein aufgelockertes, durchhörbares Format zu präsentieren. (zu den Charakteristika der Sendung vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 172).

Die Moderatorinnen der Sendung sind sachlicher und förmlicher als die des redaktionell gestalteten Programms; zwar erreichen die Moderationen nicht immer professionellen Standard, sind aber im Großen und Ganzen radiogerecht. Die technische Qualität ist einwandfrei und auch die Musikauswahl orientiert sich am von radio NRW vorgegebenen Format. Teilweise werden die Musikstücke passend zu den behandelten redaktionellen Inhalten ausgewählt – was ja im allgemeinen Programm tabu ist.

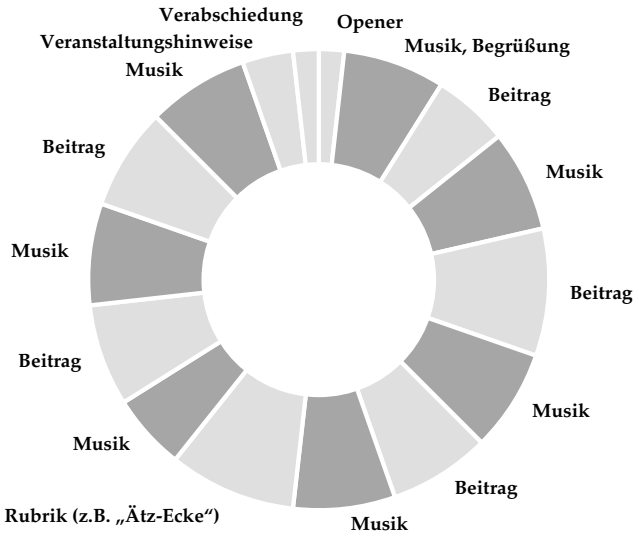
Donna wettert!

Rund zweihundert ‚Donna wettert!'-Sendungen gingen bereits im Bürgerfunk von Antenne Münster über den Äther – damit gehören die Münsteranerinnen zu den routiniertesten Frauenradiomacherinnen im Land. Als die Stichprobe gezogen wurde, strahlte die Gruppe alle vierzehn Tage eine einstündige Sendung aus, derzeit wird ‚Donna wettert!' jeden ersten Dienstag im Monat gesendet.

Unter den Sendungen in der Stichprobe waren sowohl Themensendungen als auch Magazine vertreten, außerdem die Jubiläumssendung 100. Die Routine der Crew macht sich beispielsweise in der fast fehlerfreien Artikulation bemerkbar. Die

Beiträge hinterlassen fast durchweg einen (formal, nicht inhaltlich) formatgerechten Eindruck. Nur in Ausnahmefällen ist zu hören, dass die Sprecherin vom Blatt abliest. Allein bei Ramps (Moderation über beginnendem Musiktitel) und Fades (Ausblendungen) merkt man an einigen Stellen, dass Amateurinnen hinter Mikros und Mischpults sitzen. Zusammen mit dem in der Regel sehr hohen Musiktempo verleihen solche Elemente den Sendungen aber trotzdem viel Dynamik. Gespielt werden überwiegend Titel weiblicher Interpretinnen.

Stundenuhr ‚Donna wettert!' **Abb. 40**



Weitaus stärker als die übrigen Bürgerfunkerinnen versuchen die Frauen aus Münster, ihren Hörerinnen nicht pure Information, sondern auch Hörgenuss zu bieten: mit einem lockeren Moderationsstil und legerer Publikumsansprache. „Hallo, Mädels!" ist die Standardbegrüßung. Alle Sendungen werden von einem Frauen-Duo moderiert. Die dynamische Abmischung überdeckt den im Vergleich zum redaktionell gestalteten Programm deutlich höheren Wortanteil (vgl. Abb. 40). Die Beiträge sind häufig länger als 2:30 Minuten. Im Konzept von ‚Donna wettert!' finden sich verschiedene Anleihen aus kommerziell orientierten Lokalradioformaten: ein aufwendiger Opener, ein fester Platz in der Stundenuhr für einen Service-Block, die Comedy-Kunstfigur ‚Frau Schulte-Bohnenkamp' und Jingles für feste Rubriken. Von den vier untersuchten Bürgerfunk-Sendungen hat ‚Donna wettert!' den größten Anteil von Beiträgen mit direktem Lokalbezug.

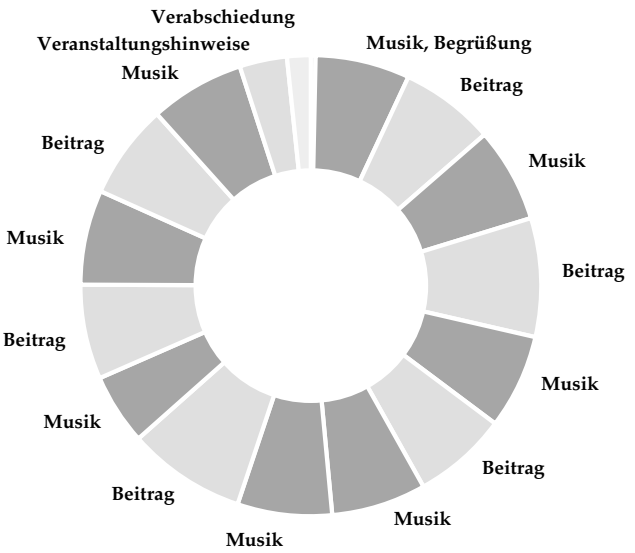
Die Frauenredaktion

Einmal im Monat ging die ‚Frauenredaktion' im Bürgerfunk von Radio KW auf Sendung. Das fünfzigminütige Magazin bot seinen HörerInnen je fünf bis sechs verschiedene Beiträge an (vgl. Abb. 41 auf der nächsten Seite); zum Internationalen Frauentag produzierte die Gruppe eine Themensendung.

Die in der Stichprobe kodierten Sendungen haben stark informativen Charakter. Die Beiträge sind teilweise recht lang, damit überschreitet der Wortanteil den der Lokalsender um einiges. Mit 98 kodierten Beiträgen in acht Sendungen ist der Output der Gruppe im Vergleich zu den anderen drei Fallgebieten am höchsten.

Besonders auffällig ist der hohe Anteil meinungsbetonter Darstellungsformen: Allein 15 Kommentare wurden in den kodierten Sendungen ausgestrahlt – eine Darstellungsform, die im redaktionellen Teil der Lokalprogramme ein Schattendasein fristet. Eine Moderatorin führt durch die komplette Sendung. Sie spricht ihre Hörerinnen häufig direkt an und bemüht sich, das Interesse des Publikums am jeweiligen Berichterstattungsinhalt zu wecken – anders als beispielsweise das Essener KFD-Team, das sich in den Moderationen stärker auf die Grundinformationen zum folgenden Beitrag beschränkt. Mit anderen Worten: Die Radiofrauen aus Moers und auch aus Münster ‚moderieren' ihre Sendungen, die Essenerinnen dagegen ‚sagen an'.

Stundenuhr ‚Die Frauenredaktion' **Abb. 41**



Aussteuerung, Schnitte, O-Töne und Interviews sind technisch einwandfrei. Die Sendung ist weitgehend flüssig; auch Ohren, die den Privatfunk-Standard gewöhnt sind, empfinden die ‚Frauenredaktion' nicht zwangsläufig als ‚Abschaltfaktor'. Auch die Musik fügt sich harmonisch ins radio-NRW-Format ein.

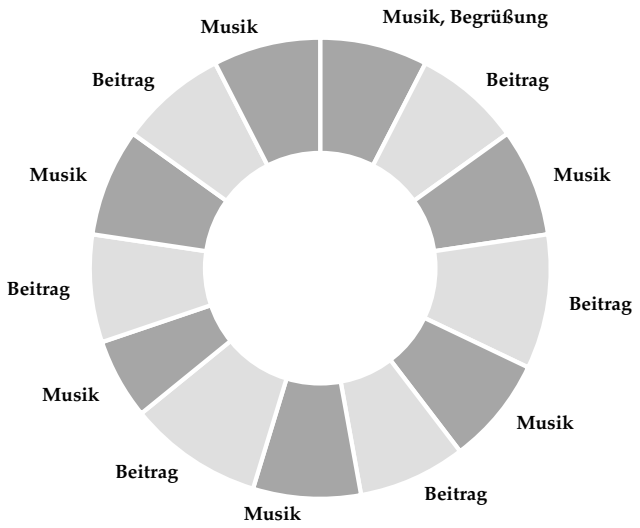
Das Webangebot des Studios Neukirchen-Vluyn – dort wurde die ‚Frauenredaktion' produziert – weist als einzige frauenspezifische Sendung derzeit eine wöchentliche ‚Frauenserie' aus. Die ‚Frauenredaktion' scheint sich also mittlerweile aufgelöst zu haben bzw. ist in einer neuen Gruppe aufgegangen.

Radio ASG

Radio ASG produziert für den Bürgerfunk von Antenne Düsseldorf ein 50-minütiges Frauenmagazin, das alle sechs bis acht Wochen ausgestrahlt wird. Gegenüber den Gruppen aus den anderen drei Fallgebieten zeichnet sich die Bürgerfunk-Gruppe aus Ratingen durch zwei Besonderheiten aus: Erstens produziert Radio ASG noch andere Bürgerfunk-Sendungen, die nicht auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten sind – zum Beispiel ein Musikmagazin und andere bunte Magazine. Zweitens ist auch ein Mann an der Produktion des Frauenmagazins beteiligt. Er fungiert als Autor und Moderator. Eine solche Konstellation ist mir aus keiner anderen Frauensendung der nordrhein-westfälischen Radiolandschaft bekannt.

Als die Stichprobe gezogen wurde, war das Frauenmagazin noch vergleichsweise neu. Die Gruppe hatte noch kein klares Sendekonzept entworfen: Drei Schwerpunktsendungen zu den Themen Zölibat, Schönheit und Frauenpartei stehen in der Stichprobe neben Magazinen mit bunter Themenmischung. Die Wiedererkennbarkeit der Sendungen leidet außerdem darunter, dass Radio ASG das Frauenmagazin nicht mit einem Jingle oder einer Erkennungsmelodie startet. Möglicherweise ist das aber auch ein Versuch, Publikum für die Sendung zu gewinnen, die an einer als ‚Frauenmagazin' deklarierten Sendung kein Interesse hätten.

Stundenuhr ‚Radio ASG – Frauenmagazin' **Abb. 42**



Die Beiträge sind kaum länger als im Lokalfunk üblich, insofern also formatgerecht. Allerdings wechseln sich Musiktitel und Beiträge stets ab, nur ganz selten werden einmal zwei Musikstücke hintereinander gespielt – sodass der Wortanteil des Frauenmagazins den des Lokalfunks letztlich doch übersteigt (vgl. Abb. 42).

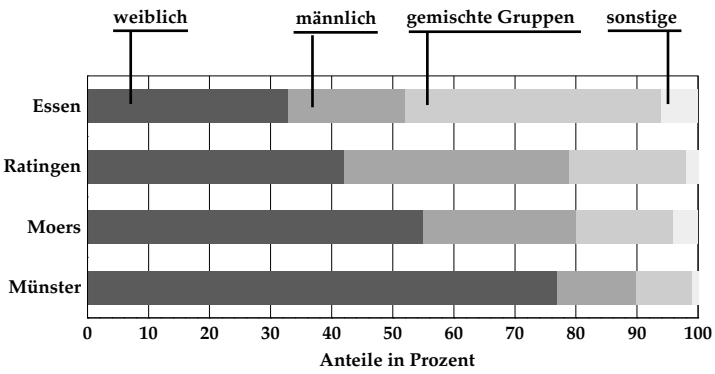
Wenige Nachrichten, viele Berichte und beitragsbezogene Moderationen: Das Team aus Ratingen setzt bei den Beitragsarten dieselben Schwerpunkte wie die anderen Bürgerfunk-Teams. Von den übrigen untersuchten Frauensendungen und den redaktionell gestalteten Lokalprogrammen hebt sich das ASG-Frauenmagazin vor allem durch einen relativ hohen Anteil von Glossen und Satiren ab. Eine für Frauensendungen typische lokale Service-Komponente fehlt hier bzw. ist stark unterentwickelt: Nur eine Sendung enthält Veranstaltungshinweise. Im Vergleich zum redaktionellen Umfeld mangelt es den Sendungen an Dynamik; der Moderationsstil ist seriös-verbindlich, wirkt aber teilweise etwas abgelesen. Technische Mängel fallen kaum ins Gewicht, allein zu lange Pausen zwischen den Sendeelementen stören ab und an den Sendefluss.

5.1.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

In einem Punkt unterscheiden sich die vier untersuchten Frauensendungen kaum voneinander, dafür aber umso stärker vom redaktionellen Umfeld in den Lokalprogrammen: Die Kommunikatorinnen sind Frauen – bis auf den bereits erwähnten Mann in der Ratinger Redaktion. Sein Engagement führt zu einem ausgeglicheneren Stimmenverhältnis in den Wortbeiträgen des ASG-Frauenmagazins. Gut die Hälfte aller Beiträge wird von einer Frau gesprochen, gut ein Drittel von einem Mann, ein Zehntel von einem gemischten Duo.

In den anderen Sendungen sind Männer – wenn überhaupt – allenfalls im O-Ton zu hören. Die akustische Dominanz männlicher Stimmen im redaktionellen Programm der nordrhein-westfälischen Lokalsender wird damit in den Frauensendungen im Bürgerfunk gebrochen bzw. in ihr Gegenteil verkehrt.

AkteurInnen in den Frauensendungen **Abb. 43**



Wie viele Akteurinnen und Akteure gibt es in den Frauensendungen? Einzelpersonen und Gruppen wurden kumuliert. Ursprungskategorien: weiblich, männlich, weibliche Gruppe, männliche Gruppe, gemischte Gruppe, Geschlecht nicht feststellbar, keine AkteurInnen vorhanden. Erfasst wurden 287 Personen in den Sendungen aus Moers, 194 aus Ratingen, 200 aus Essen und 266 aus Münster. Lesebeispiel: 33 Prozent der Personen, über die in der Essener Frauensendung berichtet wird, sind weiblich.

Auch unter den AkteurInnen, über die berichtet wird, verschieben sich im Vergleich zur allgemeinen Programmanalyse die Gewichte (vgl. Abb. 43): Der Anteil der Frauen bzw. rein weiblichen Gruppen unter den AkteurInnen schwankt zwischen 33 Prozent bei den ‚3k's' aus Essen und 77 Prozent bei ‚Donna wettert!' aus Münster. Hier wird auch sichtbar, wie unterschiedlich die Gruppen das Sendekonzept ‚Frauensendung' interpretieren: In Münster sind Frauen Programm, daneben haben andere Akteursformen kaum Platz. In Ratingen sind dagegen Frauen und Männer nahezu paritätisch vertreten.

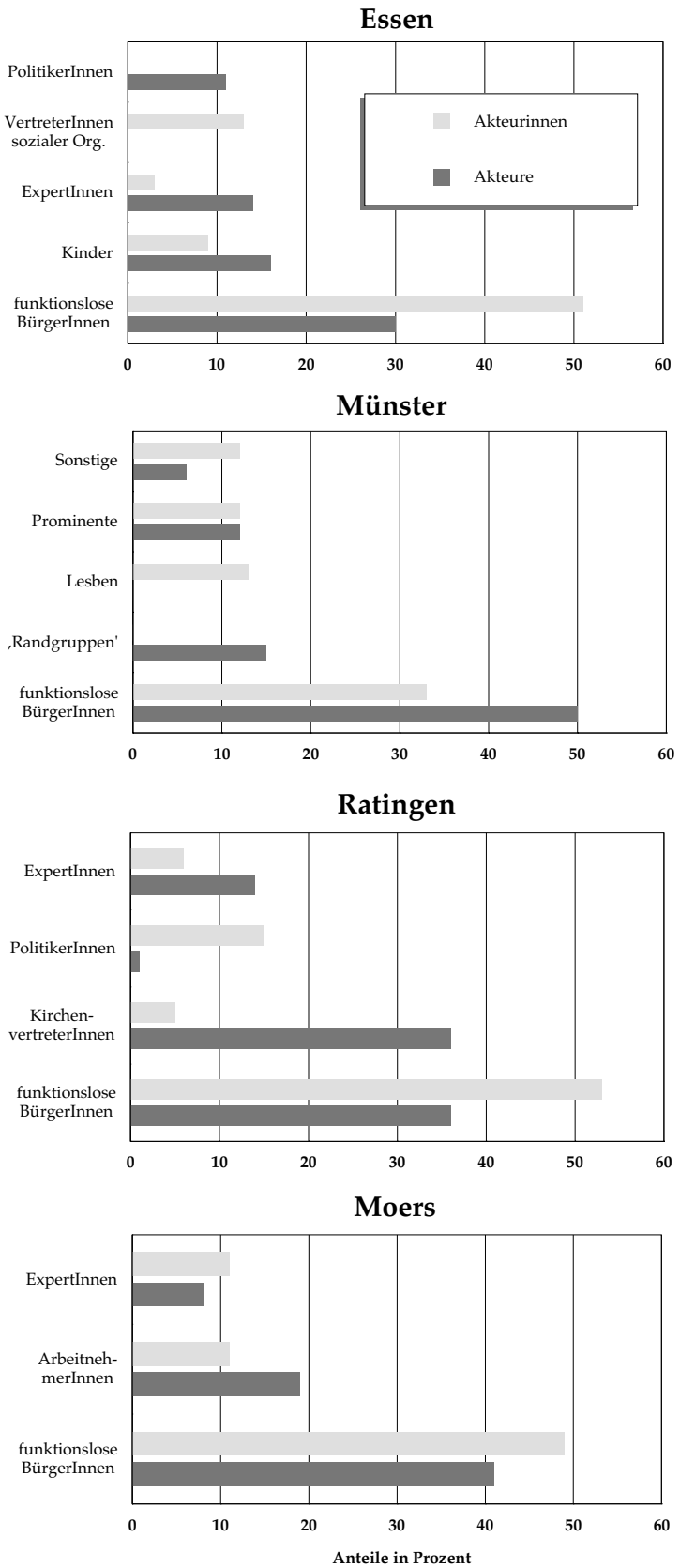
5.1.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Die unterschiedlichen Sendekonzepte der vier Frauengruppen machen sich auch im Status der Personen bemerkbar, über die berichtet wird (vgl. Abb. 44 auf der nächsten Seite). In der Sendung der ‚3k's' aus Essen schlägt sich in der Präsentation von Männern und Frauen die gesellschaftliche Realität nieder: Männer werden im Vergleich zu Frauen häufiger als Politiker, Experten oder Prominente dargestellt. Frauen tauchen dagegen häufiger als Vertreterinnen sozialer Organisationen oder

als Personen ohne spezifische Funktion auf. Ein Unterschied zum redaktionell gestalteten Programm: Auch bei den Männern sind die funktionslosen Personen die größte Gruppe unter den Akteuren – nicht etwa Politiker oder Experten. Das scheint die Folge einer eher basisorientierten Auswahl von Berichterstattungsobjekten und GesprächspartnerInnen zu sein. Damit erfüllen die
Bürgerfunkerinnen eine Komplementärfunktion zum Lokalprogramm. Das deutet auf eine enge Verzahnung der Präsenz von Akteurinnen on air und journalistischen Selektionsprinzipien hin: Frauen haben deswegen eine größere Chance, on air zu Wort zu kommen oder erwähnt zu werden, weil die ‚3k's' keinen ereignisorientierten Journalismus machen.

Im Gegensatz zum redaktionell gestalteten Programm gibt es ein breites Spektrum von Personen in gleichstellungsrelevanten Positionen; Personen, die beruflichen Erfolg verzeichnen können, spielen dagegen eine marginale Rolle. Besonders stark vertreten in der Sendung der ‚3k's' sind sozial engagierte Frauen und Männer. Wenn die Essener Radiofrauen dieses Engagement überhaupt bewerten, stellen sie es als vorbildlich dar. Daneben berichten die KFD-Frauen vor allem über Frauen und Männer in privaten Kontexten: als EhepartnerInnen, Eltern, Alleinerziehende. Damit ergänzen sie das Akteursspektrum im Lokalfunk um

Status der AkteurInnen in den Frauensendungen **Abb. 44**



Welchen Status haben die erwähnten Personen? Untersucht wurden jeweils acht Frauensendungen aus dem Bürgerfunk in Essen (insg. 195 AkteurInnen), Münster (264), Ratingen (192) und Moers (281). Statusgruppen, die bei Männern und Frauen einen Anteil von weniger als 10 Prozent erreichten, sind hier nicht dargestellt. Lesebeispiel: 11 Prozent der Akteure in der Frauensendung aus Essen sind Politiker, der Anteil der Politikerinnen an den Akteurinnen beträgt null Prozent.

den Ausschnitt, der in den redaktionellen Sendungen zu kurz kommt. Die Akteurinnen sind häufig Zielgruppe von speziellen Beratungsangeboten. Neben Personen, die an traditionellen Rollenmustern festhalten, stehen Frauen und Männer, die progressive Identifikationsmuster abgeben – zum Beispiel eine Hausfrau, die die traditionelle Arbeitsverteilung im Haushalt kritisiert.

Die ‚Frauenredaktion' in Moers rekrutiert Frauen auch aus den Statusgruppen, die sich im Programm der ‚Profis' als Männerdomänen erweisen: zum Beispiel Expertinnen, Politikerinnen, Vertreterinnen staatlicher Organisationen. Frauen, die sich in Parteien, Verbänden oder feministischen Strukturen direkt in Sachen Gleichstellung engagieren, sind zwar präsenter als im redaktionell gestalteten Programm, kommen aber nicht über einen Anteil von fünf Prozent hinaus. Wie schon bei den Essenerinnen fällt der hohe Anteil von Menschen ohne spezifische Funktion auf. Hier handelt es sich um ein Charakteristikum aller untersuchten Bürgerfunk-Konzepte. Die Statuskonstellation der übrigen AkteurInnen zeigt aber, dass die Radiomacherinnen aus Moers etwas anderes unter Journalismus für Frauen verstehen als die Essener Gruppe: Die Beiträge kreisen weniger um die Frau als Hausfrau und Mutter, sondern um die Frau, die in der Öffentlichkeit Chancengleichheit erkämpft oder verteidigt. Häufiger als in der Essener Sendung tauchen beispielsweise Frauen – und Männer – in Führungspositionen auf. Eine Frau setzt sich sogar kritisch mit ihrer Karriere auseinander – das kommt in der redaktionellen Stichprobe überhaupt nicht vor. Welche Rolle die Männer im Gleichstellungsprozess spielen, nimmt die ‚Frauenredaktion' kritisch unter die Lupe. Das Spektrum der präsentierten Männerrollen reicht von patriarchalisch-traditionell bis zu einem partnerschaftlichen Selbstkonzept. Selbstkritische Karrierefrauen, partnerschaftliche Männer, aktive Väter – die Radiofrauen aus Moers bieten ihrem Publikum zahlreiche im Sinne des Gleichheitskonzepts der Sendung positive Identifikationsfiguren. In den Kommentaren sagen die Moerserinnen deutlich, welche Handlungsmuster zum Vorbild taugen und welche nicht.

Auch die Bürgerfunk-Gruppe aus Ratingen berichtet intensiver als die professionellen JournalistInnen über ‚normale' Menschen. Neben diesem quantitativen lässt sich noch ein qualitativer Unterschied erkennen: Während in den von den Lokalfunk-Redaktionen gestalteten Beiträgen Menschen ohne weitere Funktion hauptsächlich in unterhaltenden Programmelementen auftauchen, treten sie in den ASG-Sendungen und auch in den drei anderen Frauenmagazinen vor allem in informierenden Beiträgen in Erscheinung. Auch im Akteursprofil des ASG-Magazins schlagen sich die Schwerpunktsendungen nieder: Die zahlreichen, meist männlichen KirchenvertreterInnen tauchen in der Sondersendung zum Zölibat auf, die

Sendung über die Gründung der Frauenpartei treibt den Anteil der Politikerinnen weit nach oben. Das ist weniger als verzerrender Sondereinfluss der Stichprobenziehung zu werten, sondern vielmehr als Versuch der Gruppe, Themen entgegen ihrer konventionellen geschlechtsspezifischen Zuordnung aufzuarbeiten. In der Sendung zur Frauenpartei werden Frauen politisch aktiv, treffen Entscheidungen, tragen Verantwortung. In der Zölibat-Sendung sind Sexualität und Partnerschaft Themen, mit denen sich Männer kritisch bzw. reflektierend auseinander setzen. Auch die dritte Schwerpunktsendung zum Thema ‚Schönheit' hat spürbaren Einfluss darauf, welche AkteurInnen präsentiert werden und in welchen Rollen sie präsentiert werden. In dieser Sendung gibt es einen hohen Anteil von Personen (17 Frauen und acht Männer), die sich herrschenden Schönheitsidealen unterworfen haben – was die AutorInnen kritisieren bzw. bedauern.

Das Akeurinnenspektrum der ‚Donna wettert!'-Sendung fällt zunächst dadurch auf, dass der Anteil ‚funktionsloser' Frauen mit knapp einem Drittel nicht ganz so hoch ausfällt wie in den Stichproben aus den anderen Fallgebieten. Charakteristisch für die Münsteraner Sendung sind zahlreiche Lesben und Prominente als Akteurinnen. Letztere sind meist Protagonistinnen im Themenfeld Frauenkultur.

Männer tauchen häufig als Personal von rezensierten Filmen oder Büchern auf. Sie erscheinen so eher als abstrakte Determinanten für die Lebenswelten von Frauen, häufig sogar als Bedrohung in Form von Gewalttätern.

Das Spektrum an gleichstellungsrelevanten Positionen, das die Münsteranerinnen ihren ZuhörerInnen präsentieren, überschneidet sich nur bedingt mit dem Frauenbild der ‚3k's' aus Essen: Kinder, Ehe und Familie verlieren in dem Maß an Bedeutung, in dem einerseits alltägliche Diskriminierung von Frauen, andererseits ihre Selbstbestimmung betont werden (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 184).

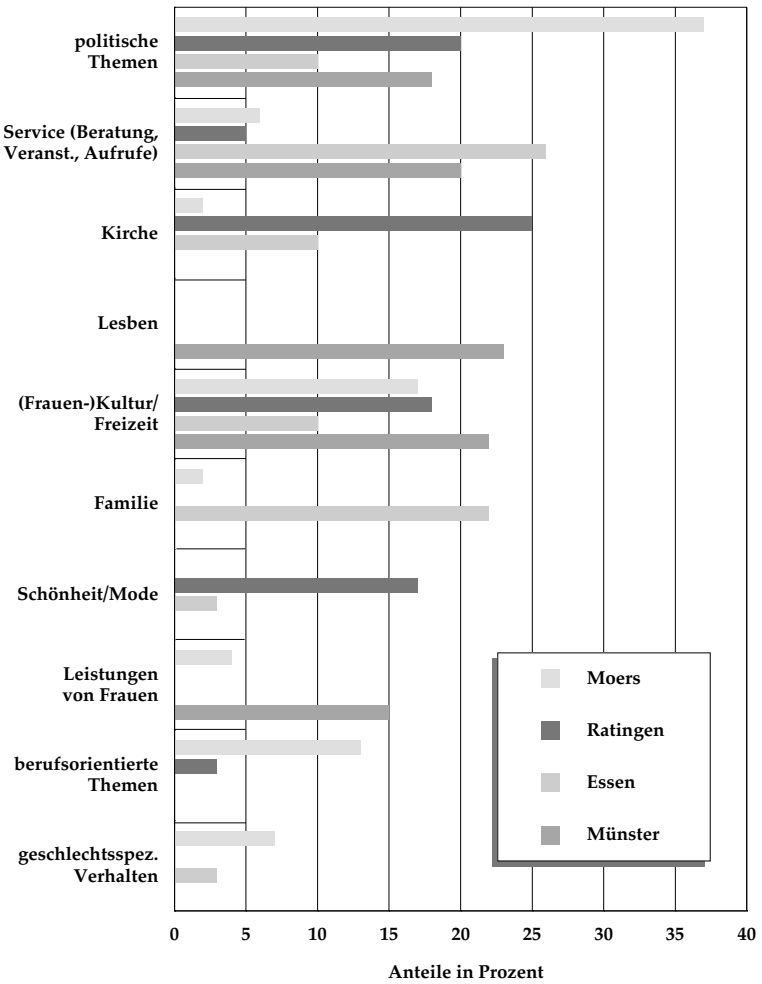
5.1.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm

Auch was die Themenmischung angeht, sind die untersuchten Sendungen eine echte Ergänzung zum redaktionell gestalteten Programm. Dabei setzt jede der vier Radiogruppen deutlich andere Akzente bei ihrer Interpretation dessen, was Themen ‚für Frauen' sind (vgl. Abb. 45 auf der nächsten Seite).

Die ‚Frauenredaktion' aus Moers hat drei thematische Schwerpunkte:
- politische Themen,
- kulturelle und freizeitorientierte Themen und
- berufsorientierte Themen.

Gleichstellungsspezifische Inhalte dominieren das grundsätzlich breit angelegte Themenspektrum der ‚Frauenredaktion': Gesellschaftliche Umsetzung von Gleichberechtigung, Frauen in Männerberufen, Frauenpolitik, das Verhältnis von Frauen und Männern untereinander, Berichte über den Internationalen Frauentag, besondere Leistungen einzelner Frauen – mit einem dieser Themen beschäftigen sich zwei Drittel der erfassten 98 Beiträge.

Themen in den Frauensendungen **Abb. 45**



Über welche Themen wird in den Frauensendungen berichtet? Themen, die in keiner der untersuchten Sendungen einen Anteil von über fünf Prozent ausmachen (bspw. Gesundheit oder Sexualität), werden hier aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht dargestellt. Codiert wurden 98 Beiträge aus Moers, 60 aus Ratingen, 59 aus Essen und 78 aus Münster. Lesebeispiel: 37 Prozent aller Beiträge aus Moers behandeln politische Themen.

In einem Drittel ihrer Beiträge sprechen sich die Bürgerfunkerinnen explizit für die Verwirklichung von Gleichberechtigung aus. Dafür bedienen sie sich zweier Strategien: Entweder sie weisen auf noch bestehende Gleichstellungsdefizite hin oder sie präsentieren, wie solchen Defiziten begegnet werden kann. Im Vergleich zu den Essener Radiofrauen heben sie dabei weniger auf vorbildlich handelnde Individuen ab – ein Indiz dafür, dass die ‚Frauenredaktion' mangelnde Gleichberechtigung eher als strukturelles denn als individuelles Problem begreift. Die Rolle von Frauen im Prozess der Gleichstellung der Geschlechter betrachten sie nicht nur wohl wollend, sondern auch kritisch – und weisen zum Beispiel auf das mangelnde Engagement von Frauen im Internet hin.

Beim ASG-Magazin aus Ratingen machen sich vor allem die drei bereits genannten Schwerpunktsendungen über das Zölibat (Thema ‚Kirche'), die Gründung der Frauenpartei und über Schönheit bemerkbar. Außerhalb der Schwerpunktsendungen thematisiert das Team nur in Ausnahmefällen gleichstellungsrelevante Inhalte. Das Spektrum der Themen reicht vom Renteneintrittsalter von Frauen über eine Literaturpreisverleihung an eine ortsansässige Dichterin bis zu Horoskopen oder der Gesundheitsschädlichkeit von Deosprays. Die Themenpalette ist insgesamt schmaler als in den anderen drei Fallgebieten. Darüber hinaus bietet das ASG-Team wenig Service.

Etwa ein Zehntel der Beiträge spricht sich vom Grundtenor her für Gleichberechtigung aus, indem sie auf Gleichstellungsdefizite hinweisen, Möglichkeiten darstellen, diese Defizite auszugleichen oder klischeehafte Rollenvorstellungen kritisieren. Die geschlechtsbewusste Perspektive, aus der heraus Themen betrachtet werden können, ist in Düsseldorf teilweise die Domäne des Mannes im ASG-Team: Zu gleichstellungsrelevanten Themen nimmt er explizit aus ‚Männersicht' Stellung.

Die ‚3k's' aus Essen räumen dem Thema Familie Priorität ein. Außerdem machen sie ein sehr stark serviceorientiertes Programm – für die Berichterstattung über Veranstaltungen und Anlaufstellen für beratungsbedürftige Frauen ist ein großer Teil der Sendezeit reserviert. Dadurch hat die Sendung auch eine starke lokale Komponente. Außerdem weisen die Essenerinnen in jeder Sendung auf Aktivitäten der KFD hin. Politische Themen behandeln sie dagegen deutlich seltener. Zielgruppe der katholischen Radiofrauen scheinen eindeutig Mütter und Hausfrauen zu sein. Die Themen bereiten sie aber in der Regel so auf, dass sie auch für andere HörerInnen interessant sein könnten. Das Gleichheitskonzept, das in den Beiträgen durchscheint, ist ein eher konservatives: Es stellt die bestehende Verteilung von Funktionen und Aufgaben zwischen Männern und Frauen in der Gesellschaft nicht in Frage, fordert aber angemessene Unterstützung und Anerkennung für Mütter, Hausfrauen und ehrenamtlich engagierte Frauen.

Das Hauptziel der Essener Bürgerfunkerinnen scheint zu sein, Informationen für Frauen zu liefern, die Familienarbeit leisten. Gleichstellungspolitische Diskurse und feministische Debatten begleiten sie anscheinend nur am Rande, denn nur in fünf der 59 Beiträge in der Stichprobe wird explizit für die Gleichstellung der Geschlechter Position bezogen: Vor allem werden Gleichstellungs-Defizite beschrieben und diskriminierendes Verhalten – generell und im Einzelfall – kritisiert.

Von diesen drei Sendungen hebt sich ‚Donna wettert!' wiederum recht deutlich ab: Fast ein Viertel der Sendezeit ist für die Berichterstattung über Lesben und ihren ‚Lebenszusammenhang' reserviert. Charakteristisch für ‚Donna wettert!' ist, dass Lesben nicht als Opfer gesellschaftlicher Diskriminierung auftauchen; homosexuelle und heterosexuelle Orientierung stehen selbstverständlich und gleichberechtigt nebeneinander. Politischen und kulturellen Themen widmen die Münsteranerinnen viel Aufmerksamkeit, dabei legen sie mehr Wert als die übrigen Gruppen auf einen klaren Frauenbezug ihrer Themen. Außerdem hat diese von allen untersuchten Sendungen den höchsten Anteil an Beiträgen mit direktem Lokalbezug: Zwei Drittel aller Beiträge beziehen sich auf Ereignisse im Verbreitungsgebiet von Antenne Münster. Neben den ‚3k's' ist ‚Donna wettert!' die Sendung mit dem höchsten Service-Anteil.

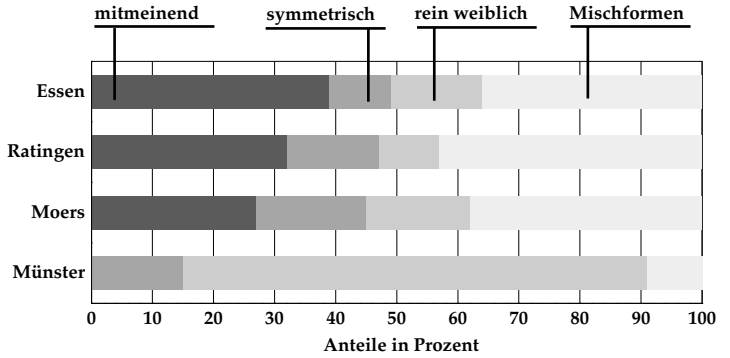
Das Team von ‚Donna wettert!' scheint für ein Publikum zu senden, das ausschließlich aus Frauen besteht. Darüber hinaus werden vor allem Frauen angesprochen, die sich selbst als Feministinnen begreifen; feministische Grundhaltungen schwingen in fast allen Beiträgen mit, häufig werden sie explizit thematisiert.

5.1.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Alle untersuchten Sendungen zeichnen sich durch einen geschlechtsbewussteren Umgang mit Sprache aus: Die Anteile symmetrischer Sprache – in den redaktionellen Hauptprogrammen bei rund vier Prozent – liegen zwischen zehn und rund 20 Prozent (vgl. Abb. 46). Dazu kommt noch einmal etwa ebenso viel rein weibliche Sprache. Bei ‚Donna wettert!' in Münster macht die rein weibliche Sprache sogar den Löwenanteil aus – hier zeigt sich wieder die starke Konzentration auf Frauen als Akteurinnen und auf frauenspezifische Themen.

Die Schere zwischen der inhaltlichen und der sprachlichen Präsenz der Geschlechter schließt sich hier fast vollständig: Wo über Männer und Themen, die für sie von Belang sein könnten, nicht berichtet wird, verschwinden sie auch sprachlich in der Versenkung.

Sprachspezifika in den Frauensendungen **Abb. 46**



Wie sprechen die KommunikatorInnen in den codierten Bürgerfunkbeiträgen über Menschen? Kategorien: Symmetrische Sprache, mitmeinende Sprache, rein weibliche Sprache, Mischformen. Codiert wurden 98 Beiträge aus Moers, 60 aus Ratingen, 59 aus Essen und 78 aus Münster. Lesebeispiel: 38 Prozent der Beiträge der Essener Frauensendung enthalten mitmeinende Sprache.

In der Sendung der ‚3k's' aus Essen hat aber geschlechtsbewusste Sprache keine Priorität: Der Anteil mitmeinender Sprache liegt höher als der symmetrischer und rein weiblicher Sprache zusammen. Im ASG-Magazin aus Ratingen zeigt sich die (leicht) höhere Sprachsensibilität der Frauen im Team: Sobald ein Mann hinter dem Mikro sitzt – egal ob allein oder im Duo mit einer Co-Moderatorin –, steigen die Anteile mitmeinender Formulierungen und von Mischformen, die Anteile rein weiblicher Sprache sinken.

5.2 ‚abwasch' – Das öffentlich-rechtliche Frauenmagazin auf Radio5

‚abwasch' ist seit Januar 1995 auf Sendung und das bislang erste eigenständige Frauenmagazin, das der WDR-Hörfunk ausstrahlt. Zwar spielten die so genannten ‚Frauenthemen' auch schon vor dem Sendestart von ‚abwasch' ein Rolle. Da hatten sie ihren Platz allerdings noch überwiegend in den ‚Alltagskonflikten' im Vormittagsprogramm von WDR2. Ute Remus, die vor der Programmreform die ‚Allagskonflikte' verantwortete, ist heute die Redaktionsleiterin des ‚abwasch'-Teams.

Das Frauenmagazin auf Radio5 bietet „jeden Samstag den weiblichen Blick auf die Welt" (vgl. Sendungsinformation im Web-Angebot des WDR; auch die folgenden Zitate in diesem Abschnitt entstammen dieser Quelle). Die Sendung hat einen relativ festen Ablauf, Abweichungen sind aber möglich: Nach der Begrüßungsmoderation und einem Teaser zum Schwerpunkt-Thema äußern sich „Querdenkerinnen aus Politik und Kultur" im ‚Statement' zu aktuellen Themen. Mädchen kommen – meist in Form einer O-Ton-Collage – in den ‚total (un)coolen Sachen' zu Wort. Der Themenschwerpunkt besteht aus mehreren Takes, häufig wechseln sich gebaute Beiträge und Studiogepräche ab. Es wird „diskutiert und informiert über alles, was Frauen interessiert und Männer nicht kalt lässt". In einer festen Service-Rubrik gibt es Kulturtermine, Rezensionen und Veranstaltungshinweise. Meist rundet eine ‚Antitipp' genannte Glosse zum „unerschöpflichen Thema ‚Mann und/oder Frau'" die Sendung ab. Musik wird nur äußerst sparsam eingesetzt, kein Titel wird ausgespielt. Wortstrecken von bis zu einer Viertelstunde sind keine Seltenheit. Auf eine Stundenuhr, die diesen Ablauf visualisiert (vgl. Kap. 5.1), verzichte ich, da die Struktur der Sendung zu komplex ist, um sich schematisch (und dabei noch übersichtlich) präsentieren zu lassen.

Untersucht wurden neun Sendungen aus den Monaten Januar bis Mai 1998 (eigentlich war – analog zur Untersuchung der Frauensendungen im Bürgerfunk – die Analyse von acht Sendungen vorgesehen; versehentlich wurde jedoch eine Sendung mehr codiert, die ich dann ebenfalls in den Datensatz aufgenommen habe). Aus jedem dieser Monate wurden zwei Sendungen in die Stichprobe gezogen, aus dem Mai (dem Monat der Stichprobenziehung) eine.

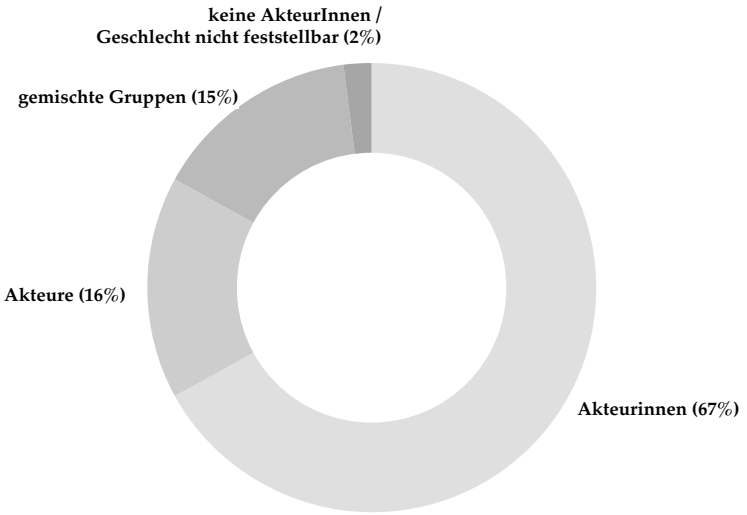
Insgesamt wurden 137 Beiträge analysiert, die Zahl der Beiträge pro Sendung schwankt in der Stichprobe zwischen elf und 19.

5.2.1 Untersuchungsfeld Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

Ebenso wie die Bürgerfunk-Sendungen von den Lokalprogrammen hebt sich ‚abwasch' vom Sendefluss der beiden untersuchten Wellen 1live und WDR2 durch die akustische Dominanz weiblicher Stimmen ab: Die Sendung wird von Frauen moderiert, die Beiträge werden von Frauen produziert und gesprochen, als Gesprächspartnerinnen werden Frauen geladen; lediglich im O-Ton ist zweimal ein Mann zu hören. In den untersuchten neun Sendungen ist die weibliche Dominanz also fast perfekt.

Beim ‚Personal' der Beiträge – den AkteurInnen – sieht es ein wenig anders aus. Im Vergleich zu den untersuchten Wellen 1live und WDR2 kehrt sich das Geschlechterverhältnis der erfassten Personen um (vgl. Abb. 47): Zwei Drittel der Personen, die erwähnt werden oder im O-Ton zu hören sind, sind Frauen. Knapp ein Sechstel der erfassten Personen sind Männer; etwa ebenso viele sind Gruppen, die sich aus Männern und Frauen zusammensetzen.

AkteurInnen in ‚abwasch' **Abb. 47**



Wie viele Akteurinnen und Akteure kommen vor? Untersucht wurden 136 ‚abwasch'-Beiträge mit insg. 475 AkteurInnen. Bei den Kategorien „männlich" bzw. „weiblich" wurden Einzel-AkteurInnen, Kunstfiguren sowie Kollektive zusammengefasst. Lesebeispiel: 67 Prozent der AkteurInnen des Frauenmagazins sind weiblic

Hier machen sich allerdings die formalen Vorgaben der Datenerfassung inhaltlich bemerkbar: Codiert wurden pro Beitrag bis zu vier AkteurInnen. Für die aktuellen Programme – sowohl des Lokalfunks als auch des WDR – war das auch ausreichend (vgl. Kap. 4.1.3). Lediglich ein Drittel der Beiträge von 1live und WDR2 schöpfte die Zahl von vier potenziellen AkteurInnen aus; beim Lokalfunk war es nur gut ein Zehntel. Bei der ‚abwasch'-Sendung mit ihren längeren und komplexeren Beiträgen stößt das Instrument jedoch an seine Grenzen: Die ‚Codierplätze' für die vier AkteurInnen wurden bei knapp drei Vierteln der erfassten Beiträge voll ausgeschöpft.

Das bedeutet zweierlei: Zum einen wird die Gesamtzahl der AkteurInnen unterschätzt. Das ist – mit Blick auf die Untersuchungsfrage – nicht weiter schlimm, denn die Gesamtzahl der AkteurInnen wird nicht weiter interpretiert. Zum anderen wird aber auch das Geschlechterverhältnis unter allen agierenden Personen möglicherweise nicht korrekt wiedergegeben. Ein kursorisches Abhören der Sen-

dungen unter genau dieser Fragestellung zeigt, dass in einem Teil der Beiträge außer den vier erfassten tatsächlich weitere AkteurInnen auftauchen. Vermutlich entspricht das Geschlechterverhältnis dieser nicht erfassten Personen nicht dem der erfassten. Bei den weiteren AkteurInnen handelt es sich anscheinend überwiegend um Nebenpersonen, die erst recht spät im Beitrag eingeführt werden. Für die Präsentation der Geschlechter heißt das: Wenn die Zahl der Frauen unterschätzt wird, so ändert sich nichts an der Gesamtaussage, dass ‚abwasch' Frauen in den Blickpunkt der Berichterstattung rückt. Werden die Männer zahlenmäßig unterschätzt, dann deswegen, weil sie von den ‚abwasch'-Macherinnen eher ‚an den Rändern' der journalistischen Inhalte postiert werden.

Ungeachtet dieser Verzerrung positioniert sich ‚abwasch' nicht nur als Sendung, die den ‚weiblichen Blick auf die Welt' ermöglicht, sondern vielmehr als Sendung, die in erster Linie Frauen und ihren Alltag in den Blick nimmt. Was die bloße Geschlechterverteilung angeht, liegt ‚abwasch' damit etwa auf der Linie der ‚Frauenredaktion' aus Moers bzw. von ‚Donna wettert!' aus Münster. Ob damit weitere Ähnlichkeiten in den Konzeptionen impliziert sind, werden die folgenden Abschnitte zeigen.

5.2.2 Untersuchungsfeld Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm

‚abwasch' zeichnet sich – verglichen mit allen anderen bislang analysierten Formaten – durch ein recht eigenständiges Akteursprofil aus (vgl. Abb. 48 auf der nächsten Seite): Als Menschen ohne besondere Funktion sind Männer und Frauen je zu knapp einem Drittel vertreten. Zwar stellen sie damit die größte Gruppe; im Vergleich zu den aktuellen Programmen oder aber auch den übrigen Frauensendungen ist dieser Wert eher niedrig. Ein großer Teil der männlichen Akteure versammelt sich in nur wenigen Statusgruppen: Prominente, Repräsentanten staatlicher Oganisationen und Politiker machen gemeinsam mit den Funktionslosen bereits drei Viertel des männlichen ‚Personals' aus.

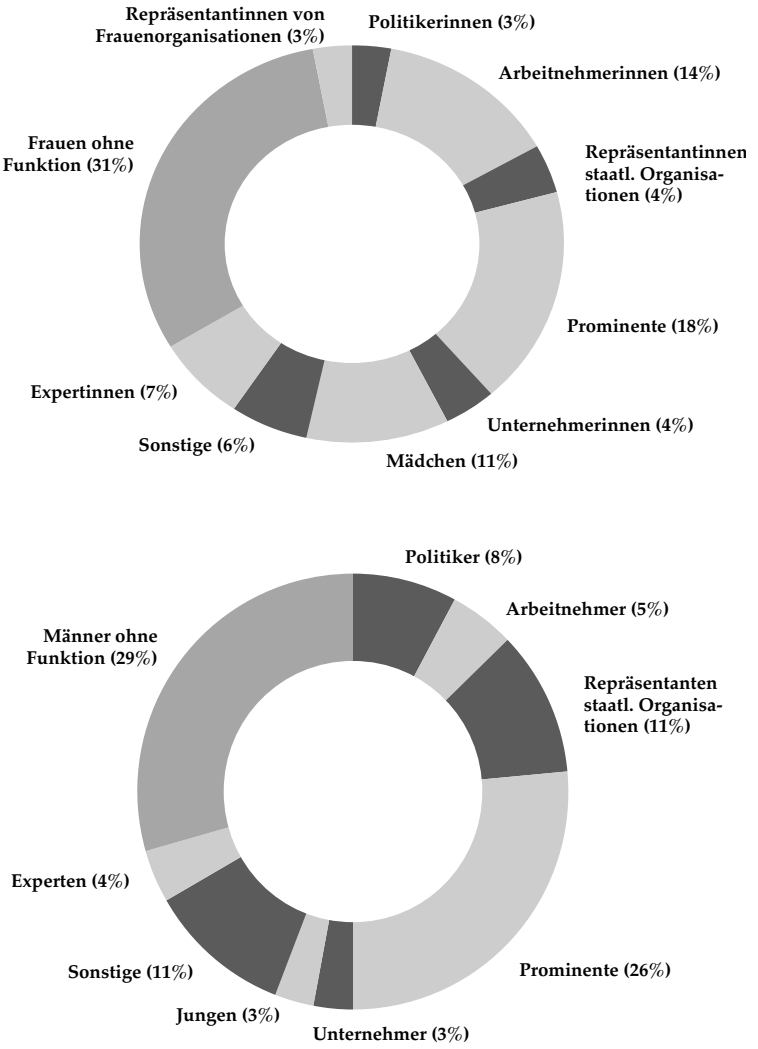
Die Frauen dagegen sind quasi komplementär dazu angeordnet (vgl. Abbildungen auf der nächsten Seite). Sie stellen weniger Repräsentatinnen, die für andere sprechen, dafür aber mehr Menschen, die vor allem für sich selbst sprechen, wie beispielsweise Mädchen oder Arbeitnehmerinnen.

Dass Männer in ‚abwasch' weniger als Individuen eine Rolle spielen, sondern vielmehr als Determinanten des weiblichen Lebens, teilweise die Grenzen weiblicher

Autonomie markieren, zeigt sich auch an den Positionen, in denen sie präsentiert werden. Männer kommen vor als beruflich erfolgreiche Personen, als Gewalttäter oder in privaten Rollen: als Partner und als Familienmitglieder. In diesen privaten Rollen verkörpern sie vergleichsweise häufig traditionelle Geschlechtsrollenbilder – knapp ein Fünftel aller erwähnten Männer hängt überholten Rollenmustern an.

Bei den Positionen der Frauen zeigt sich wiederum, wie breit ‚abwasch' die Berichterstattung anlegt: Fast jede Position ist besetzt, wenn auch teils nur mit wenigen Personen – von sozial engagierten Frauen über Familienmütter, allein erziehende Mütter, Hausfrauen, Ehefrauen bis hin zu beruflich erfolgreichen Frauen ist ein breites Spektrum präsent. Ein Indiz für das „Weitwinkel-Objektiv', durch das die ‚abwasch'-Journalistinnen auf die weibliche Lebenswelt blicken.

Status der AkteurInnen in ‚abwasch' **Abb. 48**



Welchen Statusgruppen gehören die Akteurinnen und Akteure an? Untersucht wurden 137 ‚abwasch'-Beiträge mit 466 AkteurInnen. Bei den Kategorien „männlich" bzw. „weiblich" wurden Einzel-AkteurInnen, Kunstfiguren sowie Kollektive zusammengefasst. Lesebeispiel: 3 Prozent der Akteurinnen sind Politikerinnen, 8 Prozent der Akteure sind Politiker.

5.2.3 Untersuchungsfeld Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm

‚abwasch' fächert eine breite Themenpalette auf, es sind aber deutliche Schwerpunktsetzungen zu erkennen: Etwa ein Drittel der Beiträge widmet sich kulturellen Themen – meist geht es um allgemeine Kultur bzw. um Freizeit, in acht Beiträgen um Frauenkultur. Etwa ein Fünftel dreht sich um die Arbeitswelt: um Berufstätigkeit von Frauen, um Karrierechancen, um Frauen in Männerberufen.

Im engeren Sinn politische Themen nehmen gut ein Zehntel der untersuchten Beiträge ein. Hier finden sich Interviews mit der Generalsekretärin der Evangelischen Frauenarbeit über die Initiative ‚Frauen wollen eine andere Politik' oder mit einer Betriebsrätin der Thyssen/Krupp-Stahl AG zu den Betriebsratswahlen ebenso

wie aktuelle Statements von Bundespolitikerinnen der FDP oder der Grünen. Hier zeigt sich auch, dass es durchaus möglich ist, auch zu aktuellen politischen Themen Frauen in relevanten Funktionen zu Wort zu bitten – entgegen der in Redaktionen häufig geäußerten Annahme, es gebe nicht genügend Frauen in den entscheidenden Positionen (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 199-200).

Die neun Schwerpunktthemen vermitteln einen Überblick über den Themenpool, aus dem das ‚abwasch'-Team schöpft:

A Viel Geld, viel Stress, viel Spaß – wenn Frauen zu viel arbeiten
B Friede, Freude, Frauen – Bildungsurlaub 1998
C Steuerlich absetzbar und frauenfreundlich – Sponsoring und Spenden
D Zwischen Liebe und Pflichterfüllung – Altenpflege Frauensache?
E Mit Grips, Charme und Pistole – TV-Kommissarinnen
F Die Scham der weiblichen Armut
G Adoption incognito – oder: Kind abzugeben?
H Gelebtes Leben – Biografien von Frauen
I Frauenpower im Arbeitnehmerpatriarchat? Junge Frauen in den Gewerkschaften

Die Themen sind – mit der Ausnahme der TV-Kommissarinnen – alltagsrelevant; sie sind berufsorientiert (Themen A, B, I), rücken das Private in den Mittelpunkt (D, F, G, H) und zeigen Gleichstellungsdefizite auf (A, D, F, G, I).

Stärker als die Bürgerfunkerinnen – und natürlich deutlich stärker als die Programme der beiden untersuchten WDR-Wellen und des Lokalfunks – setzen sich die ‚abwasch'-Journalistinnen für die Gleichstellung der Geschlechter ein: In mehr als drei Vierteln aller gesendeten Beiträge wird explizit pro Gleichstellung argumentiert. Lediglich etwa die Hälfte der kulturellen Themen sowie einige Alltagsthemen wie bspw. Gesundheit und Sport werden ‚gleichstellungsneutral' behandelt.

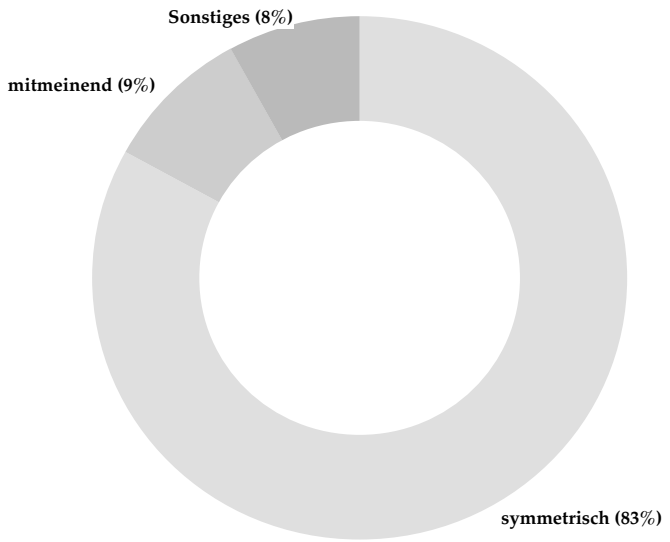
Die ‚abwasch'-Autorinnen verfolgen hauptsächlich zwei Argumentationsstrategien: In einem Viertel der Beiträge legen sie den Finger auf gesellschaftliche Defizite in Sachen Gleichstellung (s.o.), in ebenso vielen Beiträgen werden Personen, Strukturen oder Aktionen gewürdigt, die die Gleichstellung vorantreiben.

Eine Betrachtung, in welche thematischen Zusammenhänge Akteurinnen bzw. Akteure gestellt werden, ist bei dieser Sendekonzeption obsolet: Frauen spielen durch die Bank bei allen behandelten Themen die Hauptrolle. Männer treten insbesondere dann aus ihrem ‚Schattendasein' heraus, wenn es um ‚Zwischenmenschliches' geht – um eine gleichberechtigte Verteilung von Haus- und Familienarbeit, um ‚typisch' männliches bzw. weibliches Verhalten oder Ähnliches.

5.2.4 Untersuchungsfeld Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm

Den ‚abwasch'-Sendungen ist an allen Ecken und Enden anzumerken, dass sich ihre Macherinnen um eine ‚weibliche' Sprache bemühen: In den meisten Beiträgen werden Frauen nicht unter männliche Bezeichnungen subsumiert, Männer ebenso nicht unter weibliche. Fast immer wird deutlich gesagt, welches Geschlecht gemeint, welches angesprochen ist. Häufig werden – wenn die Inhalte der Berichterstattung es zulassen – geschlechtsneutrale Begriffe verwendet.

Sprachspezifika in ‚abwasch' **Abb. 49**



Ist die Sprache in den ‚abwasch'-Beiträgen überwiegend mitmeinend, überwiegend symmetrisch oder anderes? Untersucht wurden 137 Beiträge aus dem Frauenmagazin ‚abwasch'. Lesebeispiel: In neun Prozent der Beiträge wurde überwiegend mitmeinende Sprache benutzt.

Wie Abb. 49 zeigt, wurde der größte Teil der Beiträge als ‚überwiegend symmetrisch' codiert. Symmetrische Sprache kann verschiedene Ausprägungen haben: Entweder als ‚klassische' Variante paralleler Nennungen oder als sprachkreative Variante. „Wie merkt denn frau oder man, dass die Arbeit zuviel Stress macht?" fragt die Moderatorin die Expertin am Telefon. Diese ‚kleinen' Symmetrien, die keine agierenden Personen bezeichnen (im Gegensatz zur Formulierung „3.000 Kurdinnen und Kurden demonstrierten …"), machen vermutlich den Löwenanteil der symmetrischen Sprache in ‚abwasch' aus. Andererseits ist der hohe Anteil symmetrischer Sprache ebenfalls ein Indiz dafür, dass sich unter den nicht erfassten AkteurInnen weitere männliche Akteure verbergen (vgl. die Argumentation in Kap. 5.2.1).

Mit neun Prozent liegt der Anteil mitmeinender Sprache deutlich höher als beispielsweise bei ‚Donna wettert!' – andererseits aber auch deutlich unter dem Schnitt aller anderen untersuchten Sendungen bzw. Programme.

5.3 Zusammenfassung: Analyse der Frauensendungen

Auf den ersten Blick lassen sich die vier Frauensendungen im Bürgerfunk in Moers, Münster, Düsseldorf und Essen und das WDR-Frauenmagazin ‚abwasch' kaum miteinander vergleichen: ‚abwasch' wird von einem Team vergleichsweise gutbezahlter, hoch professioneller Journalistinnen produziert; die Bürgerfunk-Sendungen von Frauen, die in erster Linie ihre Vorstellungen von Radio umsetzen wollen und die allenfalls ihre Materialkosten ersetzt bekommen. Journalistische Vorkenntnisse haben nur die wenigsten von ihnen.

Vergleichbar sind die fünf Magazine allerdings in einem Punkt: Sie ergänzen den öffentlich-rechtlichen und den privat-kommerziellen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen in allen gleichstellungsspezifischen Untersuchungsdimensionen – und sie leisten damit einen echten, wenn nicht den einzigen, aktiven Beitrag zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen.

Denn wer Frauen als Journalistinnen hören möchte, wer etwas über Frauen erfahren möchte, kann bzw. muss die Frauensendungen einschalten. ‚abwasch' auf Radio5 und – in Abstufungen – die untersuchten Bürgerfunk-Sendungen bieten ihren HörerInnen das, was das allgemeine redaktionelle Programm gerade nicht bietet: Radio von Frauen über Frauen. In den untersuchten Sendungen sind Frauen in sämtlichen Programmrollen präsent. Die Verhältnisse sind in Relation zum allgemeinen redaktionellen Programm sozusagen umgedreht – weibliche Stimmen sind dominant. Auch die Personen, die in der Berichterstattung agieren, sind überwiegend weiblich.

Die in den allgemeinen redaktionellen Programmen skizzierten Rollenmuster – Männer als Entscheidungsträger, Frauen ohne Profil – werden in den Frauensendungen aufgebrochen, und zwar auf vielfältige Art und Weise. Stellt die Sendung der Katholischen Frauengemeinschaft Deutschlands Frauen und Männer eher in privaten Rollen – als Ehefrau, Hausfrau, Mutter – vor, so werden in anderen Sendungen insbesondere Frauen präsentiert, die sich im öffentlichen Raum bewegen und sich dort für die Gleichstellung von Frauen engagieren. Die ‚abwasch'-Journalistinnen präsentieren die weibliche Lebenswelt durchs Weitwinkel-Objektiv: Das Spektrum der Akteurinnen und der Geschlechtsrollen, die sie einnehmen, ist breiter als in allen anderen untersuchten Sendungen bzw. Sendern.

Auch wer sich über gleichstellungsrelevante Themen, Ereignisse und Entwicklungen auf dem Laufenden halten will, kann das kaum en passant durch das Hören der Begleitprogramme 1live, WDR2 oder Lokalfunk erledigen, sondern muss das Radio gezielt einschalten. ‚abwasch' und die untersuchten Bürgerfunk-Sendungen präsentieren ihren HörerInnen das, was die Redaktionen der untersuchten Sender

nicht leisten. Sie begleiten und bewerten den gesellschaftlichen Prozess der Gleichstellung in seinen zentralen Punkten (vgl. S. 16-23) – die Teilhabe von Frauen am Berufsleben wird hier ebenso thematisiert wie die Arbeitsverteilung zwischen Geschlechtern und die Ausgestaltung privater Rollen. Die unterschiedlichen Typen weiblicher – und in Maßen: männlicher – Lebensplanung, die in den allgemeinen redaktionellen Programmen überhaupt nicht nachgezeichnet werden, werden hier konturiert. Und die Sendungen werfen einen kritischen Blick auf Ereignisse und Entwicklungen, um freizulegen, wie diese ‚mit dem Geschlecht verwoben' sind. Das erfüllen die ‚abwasch'-Redaktion und die im Bürgerfunk sendenden Frauengruppen allerdings mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten: Das Spektrum reicht hier von Service für Familienfrauen und Informationen über das kulturelle Schaffen von Malerinnen, Schriftstellerinnen, Filmemacherinnen und Musikerinnen bis hin zu dezidiert feministisch-politischer Berichterstattung.

Auch in der sprachlichen Dimension setzen die untersuchten Frauensendungen Kontrapunkte: Sie zeichnen sich durch einen geschlechtsbewussteren Umgang mit Sprache aus – wenn auch auf durchaus unterschiedlichem Niveau.

6 Fazit und Ausblick

Ziel der Untersuchung war, den Beitrag zu beschreiben, den der öffentlich-rechtliche Hörfunk und der private Lokalfunk in Nordhrein-Westfalen zur Verwirklichung der Gleichberechtigung der Geschlechter leisten – und wie sich die gleichstellungsspezifischen Leistungen von WDR und Lokalsendern unterscheiden. Die Antwort lautet kurz gefasst: Weder WDR noch Lokalfunk werden in Sachen Gleichstellung sonderlich aktiv; was sie tun bzw. nicht tun, unterscheidet sich in Nuancen.

Welchen Beitrag leistet 1live zur Verwirklichung von Gleichstellung?

Zwar bescheinigen Volpers und Schnier der Jugendwelle des WDR, nennenswerte Programmanteile an Unterhaltung, Information und Beratung auszustrahlen; ein Defizit verzeichnen sie lediglich beim Bildungsangebot (Volpers/Schnier 1996: 257). Ein nennenswerter Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung ist damit allerdings nicht verbunden. 1live profiliert sich in der Programmanalyse als Sender, der politische Information im weitesten Sinne nahezu ausschließlich in den stündlichen (morgens vor acht Uhr halbstündlichen) Kurznachrichten präsentiert. Das führt dazu, dass Themen von allgemeiner nachrichtlicher Relevanz so gut wie gar nicht auf ihre Bedeutung für die gesellschaftliche Positionierung der Geschlechter geprüft werden. Zwar widmet sich das 1live-Team vergleichsweise häufig einem Themenfeld, auf dem weite Teile des ‚Geschlechterkriegs' ausgetragen werden – nämlich Beziehungen und Partnerschaften zwischen Männern und Frauen.

Gerade dieses Thema animiert aber einen Teil der ohnehin überwiegend männlichen Moderatoren dazu, eher antiquierte Geschlechtsrollenbilder zu zeichnen und damit auch zu reproduzieren – statt sie in Frage zu stellen oder aufzubrechen. Starmoderator Kena Amoa, der ausgesprochen häufig und verschiedene Sendungen moderiert, liefert quasi auf Knopfdruck Beispiele dafür, wie überkommene Stereotypen am Leben gehalten werden können (diese Beispiele stammen nicht aus der Stichprobe, zur Zeit der Stichprobenziehung war Kena Amoa zu 1live-TV abegordnet): In einem Telefon-Gespräch anlässlich des letzten Schultags vor den großen Ferien fragt der Moderator eine Hörerin nach ihrem Lieblingsfach. Ihre Antwort lautet: „Mathematik!" Der Kommentar des Moderators: „Mathematik – als Mädchen? Mädchen mögen doch immer lieber Englisch oder Deutsch oder sowas …" Wäre es der etwa 16-Jährigen in dieser Situation gelungen, den Moderator darauf hinzuweisen, dass seine Annahme wohl eher auf einer Klischeevorstellung beruht, hätte das zwar als Beitrag pro Gleichstellung gewertet werden können – aber kaum auf das Konto von 1live verbucht werden dürfen. Ein zweites Beispiel vom

selben Moderator, das ebenfalls veranschaulicht, wie über den Äther Rollenstereotypen verbreitet werden: Eine Hörerin meldet sich in einer ‚Suchsendung', um jemanden zu finden, der am Wochenende mit ihr einen Motorradausflug unternimmt. Kena Amoa: „Aha, du bist also eine begeisterte Sozia?" Wiederum bleibt es Sache der Hörerin, darüber aufzuklären, dass Frauen auch durchaus selbst Motorrad fahren dürfen und nicht bloß hintendrauf sitzen.

Eine 1live-Spezialität, die augenfälliger ist als ein sexistisches Witzchen hier und da, ist die kontinuierliche Sexualisierung von Inhalten, die eigentlich gar nichts mit Sexualität zu tun haben. Soweit Männer daran beteiligt sind, werden Frauen zu Anschauungsobjekten degradiert, auf ihre angeblichen, tatsächlichen oder vermuteten sexuellen Reize reduziert. Wenn Frauen zu diesem ‚Stilmittel' greifen, werden meist Männer zu Objekten – was zwar in Richtung eines gewissen quantitativen Gleichstandes wirkt, andererseits aber Degradierung und Reduzierung damit auch legitimiert.

Welchen Beitrag leistet WDR2 zur Verwirklichung von Gleichberechtigung?

WDR2 profiliert sich als Informations- und Service-Welle. Hier führen die klassischen Berichterstattungsmuster dazu, dass vor allem Politiker, Prominente und organisierte Akteure auftauchen – andererseits überholt WDR2 die übrigen Sender bei der Präsenz von Politikerinnen und Expertinnen. Die (wenigen) Frauen, über die berichtet wird, repräsentieren ein breiteres Spektrum an Rollen und Positionen als es in den anderen Programmen entfaltet wird. Fast die Hälfte aller Akteurinnen im WDR2-Programm sind beruflich erfolgreich, bekleiden Entscheidungspositionen, tragen öffentliche Verantwortung.

Ein ‚Pfund', mit dem WDR2 im Vergleich zu den anderen Programmen wuchern könnte, bleibt ungenutzt: nämlich der höhere Wortanteil bzw. die größere Beitragslänge. Grundsätzlich wären damit größere Informationsbreite und Informationstiefe möglich. Aus der breiten Palette potenziell gleichstellungsrelevanter Themen finden allerdings nur Kindererziehung und Partnerschaft ins Programm; allgemeine Themen werden nicht häufiger als in den anderen Programmen auf ihren geschlechtsspezifischen Gehalt hin abgeklopft. Ein ähnlich breites Spektrum wie bei den vermittelten Frauenbildern ist bei Themenwahl und -aufbereitung also nicht zu erkennen. Auffälliges Merkmal von WDR2 ist die hohe Präsenz von Moderatorinnen: An der Moderation von nahezu jeder zweiten analysierten Sendestunde war eine Frau beteiligt.

Insgesamt müssen die beiden reichweitenstarken WDR-Vollprogramme aber auf Radio5 verweisen, wenn nach ihrem Beitrag zur Verwirklichung von Gleichbe-

rechtigung gefragt wird. Hier wird eine Stunde pro Woche ein Programm geboten, das sämtliche Anforderungen an gleichstellungsfördernden Journalismus erfüllt. Hier werden Fortschritte und Defizite in Sachen Gleichstellung verhandelt. Hier werden die Themen, die auch in den anderen Programmen auf der Agenda stehen, aus geschlechtsbewusster Perspektive ergänzt und bewertet. Hier erhalten Akteurinnen unterschiedlicher Statusgruppen und unterschiedlicher Positionen ein Forum. Zweifellos kann so ein aktiver Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung aussehen, den der WDR als Sendergruppe damit auf jeden Fall erbringt.

Welchen Beitrag leistet der Lokalfunk zur Verwirklichung von Gleichberechtigung?

Der Beitrag, den der Lokalfunk flächendeckend in Nordrhein-Westfalen erbringt, ist kaum der Rede wert. Wie in den beiden WDR-Wellen auch, sind Frauen in sämtlichen Programmrollen seltener on air präsent als Männer. Wenn sie nicht Journalistinnen sind, haben Frauen im Lokalfunk eine ganz spezielle Nische: Sie dürfen als Hörerinnen an Gruß-, Spiel- und Wunschaktionen teilnehmen.

Durch überdurchschnittliche Anteile an Akteurinnen, vergleichsweise viele gleichstellungsrelevante Themen, ein relativ ausgeprägtes Bewusstsein für gesellschaftliche Positionierung von Männern und Frauen und sprachliche Sensibilität machen nur einzelne Sender auf sich aufmerksam. Hierzu zählen die Radios FiV, Bielefeld, Neandertal, Duisburg, Wuppertal, Bonn/Rhein-Sieg, Antenne Aachen und Radio Aachen 100,eins sowie Hellweg Radio Soest. Bei den eben genannten Indikatoren landeten diese Sender jeweils dreimal im oberen Viertel der lokalfunkinternen Werteskala (zur Quartilsbildung bei den Indikatorvariablen vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 88-92). Nur Radio Bielefeld, Neandertal und Duisburg bleiben ohne Abzüge, die übrigen dieser Sender rutschen auch bei einem oder zwei Indikatoren ins untere Viertel der Werteskala.

Vier Sender sind drei- oder gar viermal im unteren Viertel anzutreffen: Radio Sauerland, Herford, Berg und Antenne Ruhr. Lediglich Radio Sauerland und Berg schaffen einmal bzw. zweimal auch den Sprung in die oberen Regionen der Werteskala.

Im Lokalfunk muss aber der Löwenanteil der untersuchten Sender in Sachen Beitrag zur Gleichberechtigung auf seine Bürgerfunk-Zeiten verweisen. In den untersuchten Frauensendungen sind genuine gleichstellungsspezifische Leistungen zu erkennen, die teilweise durchaus an die des WDR heranreichen können – wenn auch nicht im Grad der journalistischen und technischen Professionalität.

Damit sind die gleichstellungsspezifischen Leistungen, die die untersuchten Programme erbringen, umfassend beschrieben. Genügen die Sender mit diesen Leistungen der gesetzlichen Vorgabe, einen Beitrag zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Mann und Frau über den Äther zu schicken?

Die Hürde der Mindestanforderungen, die eingangs aufgefächert wurden, wird von keinem der untersuchten Programme eindeutig gerissen, teilweise jedoch auch nur recht knapp genommen.

Frauen werden weder in den redaktionell produzierten Programmen noch in den untersuchten Werbespots systematisch diskriminiert. Zwar waren in den meisten Lokalfunk-Programmen und auf den beiden ersten WDR-Wellen sexistische Formulierungen zu hören – allerdings war dies eher die Ausnahme als die Regel. Insgesamt wurde das Attribut ‚offen oder unterschwellig sexistisch' bei drei Viertel aller untersuchten Lokalsender und bei WDR2 an maximal zwei Beiträge in acht Programmstunden verliehen. Bei vier Lokalsendern und bei 1live kam das in der Stichprobe immerhin doppelt so oft vor. Die durchschnittliche RadiohörerIn – die ihr Radio etwa dreieinhalb Stunden täglich eingeschaltet lässt – hat so immerhin gute Chancen, jeden Tag einen, wenn nicht gar zwei frauenfeindliche Witze, sexistische Anspielungen, degradierende Bezeichnungen zu Ohren zu bekommen. In einer repräsentativen telefonischen Umfrage gab gut ein Viertel der befragten nordrhein-westfälischen Lokalradio-Hörerinnen zu Protokoll, sich schon einmal über die Darstellung von Frauen im Radio geärgert zu haben (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 160). Diese Hörerinnen werden also jeden Tag mit ein bis zwei neuen Ärgernissen konfrontiert.

Ob das bereits als fortgesetzter Programmverstoß zu ahnden wäre, oder als Einzelfall, als ‚Ausrutscher' diesseits der Toleranzschwelle bleibt, ist nicht Sache der medienwissenschaftlichen, sondern der juristischen Bewertung – bzw. der Bewertung durch die Aufsichtsgremien: Der Medienrat der BLM ‚verurteilte' in drei bayerischen Radios ausgestrahlte Moderationen; in den beanstandeten Beispielen hätten die SprecherInnen „mangelndes Verantwortungsbewusssein" erkennen lassen, so die BLM (vgl. Arnu 2000). Mindestens eine der Beanstandungen bezog sich auf sexistische Inhalte.

Diese Ergebnisse schwächen aber meiner Meinung nach die von Gisela Brackert (vgl. S. 9) formulierte Annahme ab, Radio sei im Vergleich zu Printmedien das ‚demokratischere' Medium, weil ihm die visuelle Komponente fehle: Was in der Analyse der Berichterstattung von Tageszeitungen als sexistisch moniert wurde – beispielsweise der gezielte Einsatz des ‚weiblichen Elements' in der lokalen Foto-

Berichterstattung –, spielt natürlich im Radio in der Tat keine Rolle. Andererseits sind vergleichbare sexistische Formulierungen, wie sie in den Radioprogrammen zu finden waren, in Tageszeitungen kein Thema. Zwei Faktoren scheinen das Vorkommen von Verbalsexismen in Begleitprogrammen wie den untersuchten zu begünstigen: Da ist zum einen die hohe Präsenz von ModeratorInnen. Die Rolle der ModeratorInnen beschränkt sich bei weitem nicht darauf, Beiträge bzw. Musikstücke an- oder abzusagen. Im Lokalfunk und in den beiden WDR-Programmen werden Moderationsbeiträge mit den drei klassischen Elementen Uhrzeit, Name der ModeratorIn und Sender-Identifikation ergänzt um ‚freies' Moderationsgeplauder. Werden journalistische Beiträge, insbesondere solche von freien MitarbeiterInnen, vor der Ausstrahlung bestenfalls noch abgenommen (vgl. hierzu die Ergebnisse von Rager/Werner/Weber 1992; Werner/Rinsdorf 1998: 127), so gilt für die Moderationsbeiträge: Sie werden allenfalls ex post, im Air Check kontrolliert. Wo professionelle Normen schwächer wirken und allgemeine qualitätssichernde Maßnahmen unterbleiben, entsteht ein Freiraum für diskriminierendes Handeln. Ein zweiter begünstigender Faktor scheint die Flüchtigkeit der Verbreitung über den Äther zu sein. Eine sexistische Bemerkung hat sich in einer Radiomoderation schnell ‚versendet' – aufgeschrieben und in Druck gegeben, hätte sie bereits einen gewissen ‚Ewigkeitswert'.

Formal mag der größte Teil der untersuchten Programme den Buchstaben des Gesetzes damit Genüge tun, dass systematische Diskriminierungen in den analysierten Programmen unterbleiben. Mit Leben gefüllt wird der Programmauftrag aber weder von einem der Lokalsender noch von den beiden WDR-Wellen. Der Auftrag, zur Verwirklichung von Gleichberechtigung beizutragen, bleibt eine leere Formel, bleibt „Makulatur" (Hadamik 1997: 2).

Hinter dem, was eingangs als rundfunkpolitisches Leitbild eines gleichstellungsfördernden Programms entworfen wurde, bleiben die untersuchten quotenstarken Programme um Längen zurück. Der soziale Wandel der vergangenen Jahrzehnte, die Modernisierung weiblicher und männlicher Lebensläufe, die eingangs umrissen wurde, spiegelt sich im medialen Alltag nicht wider. Als Ergebnis ihrer Analyse niedersächsischer Hörfunk-Programme konstatieren auch Cornelißen und Gebel (1999: 216): „In vieler Hinsicht schien die Präsentation der Geschlechter, der Diskurs über Männer und Frauen und die Behandlung der Frauenfrage im Hörfunk hinter der gesellschaftlichen Entwicklung herzuhinken. Eine Vorreiterrolle in Sachen Gleichberechtigung zeichnete sich für keines der untersuchten Programme ab." Von den JournalistInnen selbst wird dieses ‚Hinterherhinken' jedoch gar nicht als solches wahrgenommen. Die von Werner/Rinsdorf befragten Lokalfunk-RedakteurInnen waren mehrheitlich der Ansicht, die gesellschaftlichen Verhältnisse wie-

derzugeben, wie sie sind (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 131; 197). Das Argument, der Status Quo spiegele lediglich die momentane gesellschaftliche Diskriminierung von Frauen wider, trifft jedoch nicht den Kern (vgl. Cornelißen/Gebel 1999: 217). Denn die Präsentation der Geschlechtscharaktere in den Medien ist „keine naturwüchsig repräsentative, sondern eine gemachte, eine durch redaktionelle Praxis inszenierte“ (Schmerl 1989: 23; vgl. auch Schneider 1994: 22-23).

Welchen Beitrag leisten die Frauensendungen zur Verwirklichung von Gleichstellung?

Eine positive und aktive Ausgestaltung des Programmauftrags lässt sich nach den Befunden der Programmanalyse lediglich den untersuchten Frauensendungen bescheinigen. Hier werden auf vielfältige Art und Weise die gleichstellungsspezifischen Leistungen erbracht, die als Desiderata aus den vorliegenden empirischen Ergebnissen und theoretischen Ansätzen extrahiert wurden. Es ist jedoch fraglich, ob mittels dieser Konzentration der gleichstellungsspezifischen Leistungen auf die Frauensendungen der Programmauftrag erfüllt werden kann – für den Lokalfunk und für den WDR hat diese Frage jedoch einen jeweils anderen Tenor:

In Bezug auf den WDR stellt sich die Frage, ob es ausreichend ist, von Hunderten ausgestrahlter Programmstunden pro Woche lediglich eine der Erfüllung eines Programmauftrags zu widmen. Und ob es legitim ist, diese Sendung auf einer quotenschwachen Welle zu einer quotenschwachen Sendezeit auszustrahlen. Am Publikum des WDR geht dessen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung jedenfalls größtenteils vorbei. Das Angebot scheint eher Alibi-Funktion zu haben. Und damit ist eine denkbare Dimension der ‚aktiven Ausgestaltung' des Programmauftrags wiederum nicht erfüllt – die Qualität einer Aktion bemisst sich auch daran, ob sie ihre Zielgruppe erreicht (vgl. bspw. Hasebrink 2000: 6). Vor diesem Hintergrund sind auch die Umverteilungen im Zuge der WDR-Programmreform zu beurteilen: Wurden gleichstellungsspezifische Themen vor der Programmreform beispielsweise auch in den ‚Alltagsfragen' im WDR2-Vormittagsprogramm verhandelt, so sind sie mittlerweile in die ‚abwasch'-Nische ausgelagert (diese Informationen stammen aus dem Expertinnen-Interview, das ich mit Ute Remus, der früher für die ‚Alltagsfragen' und heute für ‚abwasch' verantwortlichen Redakteurin beim WDR, geführt habe; vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 226).

Die Programmreform des WDR ist unter diesem Aspekt also durchaus ambivalent zu beurteilen: Einerseits wurde ein Angebot geschaffen, das als solches dem gleichstellungsspezifischen Programmauftrag rundum gerecht wird. Andererseits wurden gleichzeitig die gleichstellungsspezifischen Leistungen der massenattraktiven Informations- und Servicewelle WDR2 reduziert.

Beim Lokalfunk liegen die kritischen Aspekte woanders: Der größte Teil der untersuchten Lokalsender erbringt gleichstellungsspezifische Leistungen in nennenswertem Umfang nicht in den von der Redaktion produzierten fünf bis acht lokalen Sendestunden. Aber können sich die Lokalsender darauf ausruhen, dass sich in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet ein Team gefunden hat, dass den Programmauftrag ehrenamtlich erfüllt?

Einerseits wäre es sicherlich richtig, den Programmverantwortlichen – also letztlich den VGen – eine positive Ausgestaltung des LRG im Bürgerfunk gut zu schreiben. Denn wird im Bürgerfunk gegen das LRG verstoßen, so haben dafür ebenfalls die VGen gerade zu stehen. Das würde andererseits bedeuten, dass in den Gebieten, die nicht mit einer Frauensendung im Bürgerfunk aufwarten kann oder deren Sendung eingestellt wird, die Redaktion in die Bresche springen müsste. Das ist allerdings bislang nicht der Fall.

Darüber hinaus werden die Frauensendungen im Bürgerfunk in den (Chef-)Redaktionen gar nicht so wahrgenommen, als würden sie eine wichtige Aufgabe erfüllen, die anderenfalls von der Redaktion erbracht werden müsste. Die von Werner/Rinsdorf in Fallstudien befragten RedakteurInnen beurteilten den Beitrag des Bürgerfunks zur Erfüllung des gleichstellungsspezifischen Programmauftrags durchweg als gering. Bemängelt wurde vor allem die ‚schlechte Qualität' der Frauensendungen. „Wenn es überhaupt frauenspezifische Sendungen gibt, dann werden die so dilettantisch gemacht, dass man nur abschalten kann", so die exemplarische Aussage einer Redakteurin (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 132). Zumindest für die hier untersuchten Frauensendungen geht dieser Vorwurf jedoch ins Leere: Die Sendungen entsprachen den Formatvorgaben des Lokalfunks stärker als vielleicht zu erwarten gewesen wäre und – das ist allerdings lediglich ein persönlicher Eindruck – stärker als viele andere Sendungen, die im Bürgerfunk ausgestrahlt werden. Für andere Frauensendungen, insbesondere für solche, die weniger kontinuierlich produziert werden oder neu auf Sendung sind, mag das Verdikt jedoch zutreffen. Lediglich einer der befragten Chefredakteure und ein Redakteur erkannten die Leistung des Bürgerfunks an – der Bürgerfunk berichte viel über ‚Frauenthemen', für die im regulären Programm ‚kein Platz' sei (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 132).

Mit diesen Argumenten ist noch nichts über die sowohl beim Lokalfunk als auch beim WDR gefahrene Strategie gesagt , die gleichstellungsspezifischen Leistungen überwiegend in Programmnischen zu platzieren. Die Diskussion, ob derartige Berichterstattungsnischen als Ghetto oder als Chance zu werten sind, wird seit Jahren geführt. Dabei liegt der Fokus beileibe nicht immer auf Frauenseiten und Frauensendungen, auch für andere Zielgruppen wie beispielsweise Jugendliche wird die

Debatte ausgefochten. Während das Votum für Jugendseiten eindeutig ist (vgl. Röttger 1992; Rager/Weber/Begemann 1996), scheinen sich Für und Wider bei den medialen Nischen für Frauen die Waage zu halten (vgl. zur Argumentation pro und contra Frauenseiten Tödtmann 1999). Ich schließe mich dem Urteil von Klaus an, nach dem die immer wieder gestellte Frage, ob Frauenprogramme eher als Chance oder als Ghetto zu bewerten seien, nur mit einem ‚sowohl als auch' beantwortet werden kann. „Nur in diesen (Nischen-)Programmen scheint es heute die Möglichkeit zu geben, andere Schwerpunkte in der Berichterstattung durchzusetzen, Frauen und ihre Lebensrealität in den Mittelpunkt zu rücken und einen ‚anderen Blick' auf Themen zu werfen." (Klaus 1998: 241)

Ein Argument, das im bisherigen Diskurs über die Ghettoisierung gleichstellungsspezifischer Leistungen in tagesaktuellen Medien bislang kaum benutzt wurde, halte ich dennoch für entscheidend: Zwar sind für das gesellschaftliche Verständnis des Geschlechterverhältnisses auch die Medienaussagen relevant, die Gleichstellung bzw. Gleichstellungsdefizite direkt thematisieren – aber nicht nur diese. Auch die beiläufige Rezeption von Stereotypen und Bewertungen ist ein wesentlicher Faktor (vgl. hierzu insbesondere die Arbeiten von Cornelißen). Ein ‚Frauen-Ghetto' wie ‚abwasch' im Einschaltprogramm Radio5 oder die Frauensendungen im Bürgerfunk, der generell zu den quotenschwachen ‚Einschaltzeiten' läuft, wird jedoch nur von einem Teil des Publikums beiläufig rezipiert werden. Die Sendungen setzen schon vom Sendeplatz her eher auf absichtliche, gezielte Rezeption. Und damit wird zwangsläufig ein Publikum erreicht, das ohnehin davon überzeugt ist, dass es um die gesellschaftliche Gleichstellung noch nicht zum Besten bestellt ist. Anders ausgedrückt: Journalistische Inhalte, die hier platziert werden, sind per definitionem ausschließlich für Frauen und ‚Sympathisanten', nicht aber für ein allgemeines Publikum von Bedeutung – „… where a story is placed means the difference between public notice and oblivion" (Fuchs Epstein 1978: 217; vgl. Müller-Gerbes/Röttger/Werner 1992: 67).

Nun ist es zweifellos bereits ein Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter, eine interessierte Minderheit mit Informationen zu versorgen, ihr ein Forum zur Verfügung zu stellen. Will man aber auch die Teile des Publikums erreichen, die einen medialen Beitrag zur Verwirklichung von Gleichberechtigung gar nicht als notwendig erachten, scheint die Ghettoisierung allein der falsche Weg. Das Argument Behnkes gegen die ‚Dauerdiskursivierung' von Gleichstellungsdefiziten lässt sich meiner Meinung nach auch gegen die geballte Vermittlung gleichstellungsspezifischer Leistungen in Programmnischen wenden: „Alltägliche Arrangements jenseits von Geschlechtsrollenstereotypen", so Behnke (1997: 131), „sind auf dem Wege

der Dauerdiskursivierung kaum zu erreichen.“ Die größte Chance sieht sie in (scheinbar) „absichtslosen handlungspraktischen Vollzügen“ – bezogen auf die mediale Vermittlung also eher in der beiläufigen Verpackung gleichstellungsspezifischer Leistungen. Die Ergebnisse der von Werner/Rinsdorf geführten Gruppendiskussionen stützen diese Annahme bis zu einem gewissen Grad (Werner/Rinsdorf 1998: 161-168; zur angewendeten Methode vgl. S. 223-224 im Anhang): Je expliziter ein Beitrag Gleichstellungsprozesse oder -defizite problematisiert und als solche benennt, desto eher regt sich Widerstand bei den HörerInnen.

Mit optimistischem Blick in die mediale Zukunft lassen sich diese Berichterstattungsnischen als Übergangsphänomen fassen. Die ihnen zugrunde liegende journalistische Konzeption ist dann obsolet, wenn gleichstellungsrelevante Themen und geschlechtsbewusste Berichterstattungsperspektiven in ‚angemessenem' Umfang Eingang in sämtliche übrigen Ressorts gefunden haben.

Systemübergreifende Perspektive: Rabatt für den Privatfunk?

Die Leistungen von öffentlich-rechtlichem WDR und privatem Lokalfunk wurden in den vorangegangenen Absätzen vor allem unter systemimmanenter Perspektive bewertet. Hierzu wurden die Ergebnisse von 1live und WDR2 miteinander verglichen; die 41 untersuchten Lokalsender wurden in eine Rangordnung gebracht und miteinander bzw. mit dem Durchschnittswert des Lokalfunks verglichen. Das ist insofern problematisch, als sich die Bezugsgröße – der Durchschnittswert – umso mehr nach unten verschiebt, je mehr Programme geringe gleichstellungsspezifische Leitungen aufweisen. Das heißt: Das Anforderungsniveau wird umso niedriger, „je geringer die durchschnittliche Normrealisation“ ist (vgl. Weiß/Trebbe 1994: 49).

Daher wird in diesem Abschnitt die systemübergreifende Perspektive gewählt. Für einen Leistungsvergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem System stehen aus der allgemeinen Vielfaltsforschung zwei Bewertungsmodelle zur Wahl (vgl. Weiß/Trebbe 1994: 50): Das ‚Identitätsmodell' geht davon aus, dass öffentlich-rechtlicher Rundfunk und privater Rundfunk grundsätzlich eine vergleichbare Leistung zu erbringen haben. Damit wären die von den öffentlich-rechtlichen Programmen erreichten Werte die Zielgröße, auf die sich die privaten Lokalsender hin orientieren müssten. Das ‚Distanzmodell' geht im Gegensazt dazu davon aus, dass dem Privatfunk – trotz identischer gesetzlicher Formulierungen – ein gewisser Rabatt zu gewähren ist. In diesem Fall wären die öffentlich-rechtlichen Rundfunk erzielten Werte Obergrenzen, von denen ausgehend niedrigere Normgrößen für den privaten Rundfunk festzulegen wären.

Betrachtet man zunächst nur die gleichstellungsspezifischen Leistungen von 1live, WDR2 und dem redaktionell produzierten Lokalfunk, so erübrigt sich die Entscheidung, welchem der Bewertungsmodelle man sich anschließen mag: Die Leistungen liegen ungefähr auf vergleichbarem Niveau. Die Messlatte hängt tief, unabhängig davon, ob man sich am Lokalfunk-Durchschnitt oder am öffentlich-rechtlichen Ergebnis orientiert. Eine ‚Rabattierung' für den Lokalfunk ist nicht nötig.

Nimmt man die gleichstellungspezifischen Leistungen von ‚abwasch' und den Frauensendungen im Bürgerfunk mit in die Bewertung hinein, so lässt sich in zweifacher Hinsicht mit dem Distanzmodell argumentieren:

Zunächst könnte man den Lokalsendern, die regelmäßig eine Frauensendung im Bürgerfunk ausstrahlen, eine Aufstockung ihrer redaktionellen Leistungen erlassen – für diese Sender bliebe es bei dieser Argumentation beim Status Quo. Für die übrigen Sender hieße das, entweder die redaktionellen Leistungen in Sachen Gleichstellung zu intensivieren – oder aber die regelmäßige Ausstrahlung einer Frauensendung im Bürgerfunk zu forcieren (inwieweit das mit Bordmitteln möglich ist, s.u.).

Im Rückgriff auf das Distanzmodell wäre es aber ebenso denkbar, eine Frauensendung als die zu erbringende Mehrleistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu sehen. Damit hätte der Lokalfunk – vorausgesetzt, die derzeitige redaktionelle Leistung bliebe auf ähnlichem Niveau – die ‚Hürde' des Programmauftrags genommen.

Aktive Komponente betont: Bewertung der Ergebnisse vor dem Hintergrund der Reformulierung des Programmauftrags

Das gilt allerdings nur, wenn der Bewertung die Formulierung des Programmauftrags zugrunde gelegt wird, die zum Beginn der Untersuchung bzw. zum Zeitpunkt der Stichprobenziehung gültig war. Denn mittlerweile haben sich die gesetzlichen Prämissen geändert – in der Neufassung wird gegenüber der Erfüllung der passiven Komponente des Programmauftrags, die ein diskriminierungsfreies bzw. -armes Programm einfordert, die aktive Ausgestaltung deutlich stärker betont.

1998 hat der nordrhein-westfälische Landtag eine Reformulierung der gleichstellungsspezifischen Programmvorgaben sowohl im LRG als auch im WDR-Gesetz beschlossen. Die aktuelle Formulierung trägt den Programmen auf, „die tatsächliche Gleichstellung von Frau und Mann zu fördern". Diese Formulierung verweist zunächst darauf, dass nicht die rechtliche Gleichstellung der Geschlechter im Fo-

kus steht, sondern vielmehr Gleichstellung auf sämtlichen gesellschaftlichen Feldern. Auch bei gegebener rechtlicher Gleichstellung verliert der Paragraf also nicht seine Wirkung. Zweitens wurde das äußerst interpretationsoffene „Beitrag leisten" ersetzt durch den Aufruf, die Gleichstellung „zu fördern". Diese Formulierung betont im Wortsinn die aktive Komponente stärker als die alte.

In § 24 Abs.1 des LRG wird wird dieser Grundsatz wiederholt und konkretisiert: Die Sender sollen die Lebenswirklichkeit und die Sichtweisen von Frauen angemessen berücksichtigen. Das oben angesprochene ‚Hinterherhinken' der Medien hinter der gesellschaftlichen Wirklichkeit ist in dieser Formulierung direkt angesprochen: Die Lebenswirklichkeit zu berücksichtigen, heißt, aktuelle Entwicklungen und Prozesse auch tatsächlich aufzugreifen (vgl. auch Stock 1993: 73). Die Sichtweisen von Frauen zu berücksichtigen, rekurriert auf die Perspektive der Berichterstattung. Eingefordert wird dabei allerdings nicht eine geschlechtsbewusste Perspektive im Sinn der hier verwendeten Definition, sondern explizit eine ‚weibliche' Sichtweise. Die GesetzgeberInnen gehen offenbar davon aus, dass eine ‚männliche' Perspektive bereits in der derzeitigen Berichterstattung gegeben ist.

Die Reformulierung ist also zum einen als Konkretisierung, zum anderen als Verschärfung der alten Formulierung zu sehen. Den GesetzgeberInnen war offensichtlich daran gelegen, die VGen und Redaktionen sowie radio NRW stärker als bislang auf das Ziel Gleichstellung zu verpflichten.

Gleichzeitig lassen sich die alte und die neue Formulierung unterschiedlichen Deutungen des Gleichheitskonzepts zuordnen. Während in der alten Formulierung die Form des egalisierenden Prozesses unbestimmt bleibt (vgl. Lautmann 1990: 34), schwingt in der neuen Formulierung das Leitbild einer Entwicklung zur autonomen Persönlichkeit mit. Freie individuelle Entfaltung steht hier eher im Vordergrund (Lautmann 1990: 48; vgl. auch die Argumentation zu Gleichheitskonzepten in Werner/Rinsdorf 1998: 197).

Wie sind die empirischen Ergebnisse vor der Folie dieser Reformulierung zu interpretieren? Würden WDR und Lokalfunk an ihren Programmen nichts ändern, so müsste bei einer Wiederholung der Untersuchung das Ergebnis sicherlich lauten: Ziel verfehlt. Denn die neue Formulierung der Programmvorgabe lässt sich nicht so ohne weiteres auf die restriktive Auslegung zurechtstutzen, auf die sich die Sender bislang zuückziehen konnten. Die Frage ist, was unter einer ‚angemessenen' Berücksichtigung von weiblicher Lebenswirklichkeit und Sichtweisen zu verstehen ist – um Bemessungsgrößen festzusetzen, würde sich ausschließlich eine systemimmanenter Vergleich eignen, weil genau diese Formulierung im WDR-Gesetz ja gar nicht auftaucht. Zudem setzt die Berücksichtigung der Lebenswirklichkeit stärker als in der alten Formulierung angelegt auch auf eine quantative Basis von

Frauen als Akteurinnen der Berichterstattung: Programmen, in denen der Akteurinnen-Anteil gegen Null geht, präsentieren so zweifellos nicht die Lebenswirklichkeit von Frauen.

Insbesondere angesichts der Reformulierung der gleichstellungsspezifischen Programmvorgabe stellt sich die Frage, welchen Stellenwert die gesetzlichen Vorgaben überhaupt für die redaktionelle Praxis haben.

Was das LRG anbelangt, so hat die Begleitforschung zum Zwei-Säulen-Modell anschaulich belegt, dass die gesetzlichen Bestimmungen zwar den Rahmen vorzeichnen, innerhalb dessen in den Lokalstationen Radio gemacht wird. Den VG-Vorständen, ChefredakteurInnen und selbstverständlich auch den BG-Verantwortlichen dürften die Grundzüge des LRG also bekannt sein – wenn auch „mehrere Chefredakteure erklären, man möge das LRG am besten vergessen" (Pätzold u.a. 1997: 5; vgl. hierzu auch Rager/Werner/Weber 1992). Zumindest die Programmaufträge scheinen nicht zu den Paragrafen zu zählen, die als handlungsleitend begriffen werden (vgl. hierzu auch Schröder/Sill 1993: 329). Nach Meinung einiger von Werner/Rinsdorf befragter Lokalfunk-ChefredakteurInnen sei eine Redaktion ob der Vielfalt der gegensätzlichen Ansprüche, die das LRG an das Programm stellt, ohnehin zum Scheitern verurteilt. Ein Beispiel: Die verlangte Förderung von Ehe und Familie könne zu unlösbaren Konflikten mit dem Gleichstellungsauftrag führen (Werner/Rinsdorf 1998: 198). Die Programmaufträge werden also nicht als rundfunkpolitisches Leitbild interpretiert, sondern in den mir bekannten Chefredaktionen lediglich als Belastung empfunden.

Die eigentlich ‚Ausführenden' dagegen – die Lokalfunk-RedakteurInnen und freien MitarbeiterInnen – haben anscheinend unter dieser Last weniger zu leiden: Den Ergebnissen der Begleitforschung zufolge sind die gesetzlichen Grundlagen der journalistischen Arbeit im Zwei-Säulen-Modell in den Redaktionen teilweise schlicht unbekannt. „Heute sind Lokalfunkredakteure/innen nicht selten, die bekennen können, das LRG nicht zu kennen, oder die zu verstehen geben können, dass, würden sie das LRG kennen, sie es in der Praxis schnell wieder vergessen würden." (Pätzold u.a. 1997: 5; zur mangelnden Kenntnis redaktioneller Leitlinien bei JournalistInnen vgl. auch Rager/Werner/Weber 1992: 133-134, Wyss 2000: 25)

Insofern erscheint es folgerichtig, dass die Programme in der Mehrzahl den gleichstellungsspezifischen Programmauftrag allenfalls in seiner passiven Komponente erfüllen, aber nicht aktiv ausgestalten. Und umso unwahrscheinlicher ist es, dass die ChefredakteurInnen die Reformulierung des Auftrags tatsächlich als Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen ihrer Arbeit interpretieren.

Zugespitzt formuliert bedeutet das, dass die Tatsache der Reformulierung des Programmauftrags und deren Begründung gar nicht bis zu denjenigen dringt, die sie umsetzen sollen.

Für den WDR kann diese These nicht aus vorliegenden Untersuchungen hergeleitet werden – redaktionelle Organisation und Produktion im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind weit weniger gut dokumentiert als für den Privatfunk, insbesondere den nordrhein-westfälischen. Immerhin kann als belegt gelten, dass im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Orientierung an Normen und Leitbildern stärker verankert ist als im privaten (Wyss 2000: 26).

Entscheidend für die Umsetzung der von den GesetzgeberInnen formulierten Ziele ist nach Pätzold u.a., dass die Programm-MitarbeiterInnen

- „die gesetzlichen Ziele ‚verstehen', sie also angemessen interpretieren können,
- diese Ziele akzeptieren, sie also für erstrebenswert halten"
  (Pätzold u.a. 1997: 49).

Handlungspotenziale der am Kommunikationsprozess beteiligten Institutionen

Welche Handlungspotenziale ergeben sich aus diesen Überlegungen für die verschiedenen am Kommunikationsprozess beteiligten Institutionen?

Die *GesetzgeberInnen* haben mit ihrer Neuformulierung des gleichstellungsspezifischen Programmauftrags bereits reagiert. Akuter Handlungsbedarf besteht in Bezug auf die gesetzliche Grundlage journalistischen Handelns zumindest in Nordrhein-Westfalen derzeit nicht. Zahlreiche andere Bundesländer arbeiten in ihrer Rundfunkgesetzgebung jedoch noch mit der alten Formulierung aus dem LRG NW. Insbesondere die Programmvorgaben des Landesmediengesetzes Baden-Württemberg sowie des Privatfunkgesetzes Sachsen-Anhalts scheinen reformbedürftig: Ersteres gibt den ihm unterstehenden Sendern auf, die „Gleichberechtigung [zu] achten", Letzteres fordert, „die Achtung vor der Gleichstellung von Mann und Frau nicht [zu] beeinträchtigen". Aus diesen Formulierungen lässt sich auch mit Mühe keine Forderung nach einer aktiven Ausgestaltung ableiten. In ihrer passiven Komponente sind die Vorgaben jedoch schlicht überflüssig, denn ein Verbot willkürlicher Ungleichbehandlung ist bereits aus Artikel 3 Abs. 2/3 GG abzuleiten (vgl. hierzu die ausführliche Argumentation in Werner/Rinsdorf 1998, insbesondere 26-27).

Für die Bundesländer, die bislang auf entsprechende Programmvorgaben ganz oder teilweise verzichtet haben, stellt sich die Frage, ob sie ihr rundfunkpolitisches Leitbild am Zusatz des Artikel 3 Abs. 2 GG orientieren wollen, demzufolge der

Staat „die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern [zu fördern hat] und … auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin[wirkt]". Eine Prüfung, inwieweit gleichstellungsspezifische Leistungen von den Sendern bereits jetzt – auch ohne expliziten gesetzlichen Auftrag – erbracht werden, würde möglicherweise zeigen, dass kaum aussagekräftige Unterschiede zu den in Nordrhein-Westfalen oder Niedersachsen erbrachten Leistungen bestehen. Hieraus wäre jedoch keinesfalls der Schluss zu ziehen, dass sich die Implementation einer gleichstellungsspezifischen Vorgabe erübrige. Denn umso dringlicher erschiene es, Gleichstellung im rundfunkpolitischen Leitbild zu fixieren – und insbesondere die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass dieses Leitbild umgesetzt werden kann (s.o.; dagegen: Rodewald, der die Programmgrundsätze insbesondere des LRG für eine „erzieherische Überfrachtung des Rundfunks" hält (Rodewald 1996: 81)).

Hier sind vor allem die *Aufsichtsgremien* gefragt. Die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Programme wird durch interne Gremien gewährleistet. Der Rundfunkrat des WDR hat die Aufgabe, die Einhaltung der Programmgrundsätze sowohl ex post als auch präventiv – also durch Hinweis auf Rechtsverstöße bereits vor der Ausstrahlung – zu gewährleisten (Ricker 1987: 74-75). Er berät den Intendanten in Programmfragen, d.h. er kann „seine Ansichten darüber darlegen, durch welche Maßnahmen der (…) Programmauftrag sachgerecht erfüllt werden kann" (Ricker 1987: 15). Im Zuge dieser beratenden Tätigkeit könnte der Rundfunkrat also auf eine stärkere Umsetzung des Programmauftrags auch in den massenattraktiven Programmen drängen. Verlangen kann er das jedoch nicht.

Die Einflüsse der Landesmedienanstalten als externer Kontrollgremien sind im Vergleich dazu in der öffentlichen Diskussion viel stärker umstritten: Nach Wagners Auffassung ist ihre Funktion grundsätzlich beschränkt auf „repressive Programmkontrolle, die erst jenseits der Rechtsverletzung einsetzen kann" (Wagner 1990: 53). Positive Programmeinflüsse zählt er dagegen nicht zum Wirkungsbereich der Landesmedienanstalten (Wagner 1990: 74). Die LfR selbst definiert ihr „Konzept einer modernen Aufsicht" (Hadamik 1997: 1) als aktive Mitgestaltung im Vorfeld der Programmproduktion. Auch laut Pätzold u.a. lassen sich keine Anhaltspunkte dafür erkennen, die GesetzgeberInnen hätten „die Funktion der LfR darauf beschränken wollen, lediglich die Einhaltung der Mindest-Standards zu sichern" (Pätzold u.a. 1997: 60).

§ 52 Abs. 2 LRG trägt der LfR auf, die an der Entwicklung und Durchführung des Lokalfunks Beteiligten zu beraten. Ein Element dieser Beratung könnten bei-

spielsweise Workshops sein, die sämtliche beteiligten Personengruppen für das rundfunkpolitische Leitbild der Gleichstellung sensibilisieren und für seine Umsetzung qualifizieren. VG-VertreterInnen und ChefredakteurInnen, die die Programm-Entscheidungen treffen, müssten in erster Linie für das Konzept gewonnen werden. Die Programm-MitarbeiterInnen dagegen könnten in praxisorientierten Workshops für seine redaktionelle Umsetzung ‚fortgebildet' werden.

Darüber hinaus können Anreizprogramme geschaffen werden, die eine Umsetzung des Programmauftrags fördern – beispielsweise spezielle Produktionshilfen für Frauensendungen im Bürgerfunk. Für zwingender als rein finanzielle Zuwendungen bzw. produktionstechnischen Support (was es ja beides gibt), halte ich in diesem Zusammenhang professionelle journalistische Unterstützung für die Bürgerfunk-Gruppen.

Mittels Anreizprogrammen könnten Initiativen, den Programmauftrag aktiv zu interpretieren und auszugestalten, auch ‚belohnt' werden. Dient der LfR-Hörfunkpreis beispielhaft dem Zweck, Qualität im Lokalfunk zu fördern, so könnte analog ein Sonderpreis zur Förderung der gleichstellungsspezifischen Programmqualität ausgelobt werden – beispielsweise in Kooperation mit dem Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit. Eine ähnliche Initiative gibt es in Rheinland-Pfalz: Das Ministerium für Kultur, Jugend, Familie und Frauen hat 1999 erstmals den AEQUALIS-Preis „für innovative Arbeiten zur Demokratisierung des Geschlechterverhältnisses mit dem Ziel einer partnerschaftlichen Gesellschaftskultur" verliehen (Info-Faltblatt des MKJFF). Prämiert werden abwechselnd journalistische und wissenschaftliche Arbeiten. Besonderheit des Preises: Er wird nicht nur an Journalistinnen verliehen, sondern auch an Journalisten – vorausgesetzt, ihre Arbeiten fußen auf dem ‚Gender-Ansatz'.

Würde ein solcher Sonderpreis für den nordrhein-westfälischen Lokal- bzw. Hörfunk geschaffen, so würde das die Bekanntheit der Dimension Gleichstellung im rundfunkpolitischen Leitbild des Gesetzes zumindest deutlich erhöhen.

In den *Lokalsendern und beim WDR* selbst sind natürlich zahlreiche Ansatzpunkte denkbar, den gleichstellungsspezifischen Programmauftrag anders und aktiver als bisher auszugestalten.

Günstig für den Output an gleichstellungsrelevanten Themen und geschlechtsbewusster Berichterstattung scheint es zu sein, wenn in den Redaktionen Verantwortlichkeiten festgelegt werden (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 216). Wird Gleichstellung zum Ressort erhoben und als Themenschwerpunkt besetzt, so ist das auch eine Aufwertung des Berichterstattungsfeldes. Ob , Emanzen-Mann' oder ‚Frauen-Frau' – Redaktionen, die die Umsetzung der Programmvorgabe auch personell verorten konnten, fielen in der Lokalfunk-Untersuchung teilweise auch durch

höhere gleichstellungsspezifische Leistungen auf. Kurzfristig scheint dies sowohl für die Lokalfunk-Redaktionen als auch für die Wellenredaktionen von 1live und WDR2 ein geeigneter Weg zu sein, die Umsetzung des Programmauftrags zu forcieren.

Unter PraktikerInnen scheint die Meinung weit verbreitet, spätestens dann wende sich alles zum Guten, wenn mehr Journalistinnen an der Programmproduktion beteiligt seien (vgl. Werner/Rinsdorf 1998: 215). Eine veränderte Einstellungspolitik in den Sendern ist allerdings nur vordergründig eine Lösung des Problems. Zwar fordern auch Cornelißen/Gebel die vermehrte Einstellung insbesondere von Moderatorinnen (1999: 220), „da sie die … frauenfeindlichen Tendenzen nach den vorliegenden Befunden nicht reproduzieren". In der Tat bestätigt sich sowohl in den Lokalfunk- als auch in den WDR-Daten, dass Journalistinnen und Moderatorinnen weniger sexistische Formulierungen wählen. Andererseits sind auch Koinzidenzen zu beobachten wie das Zusammenfallen von höchstem Anteil an Moderatorinnen und höchstem Anteil an sexistischen Formulierungen im Fall von Radio 91,2. Auch die Ergebnisse der übrigen Untersuchungsschritte von Werner/Rinsdorf sprechen eher dagegen, dass sich allein durch eine stärkere Beteiligung von Frauen an der Programmproduktion eine bessere Umsetzung der Programmvorgabe erzielen ließe: „Eine zahlenmäßig hohe Präsenz von Frauen ist allem Anschein nach keine Garantie für ein gleichstellungsförderndes Programm (…). Journalistinnen engagieren sich keinesfalls ‚automatisch' für die Berücksichtigung von Frauenbelangen im Programm." (Werner/Rinsdorf 1998: 215)

Ein weiteres Defizit ist der überproportionale Einsatz von Frauen hinter den Kulissen. Die Plätze an der Bühnenrampe – sprich: an den Moderationsmikros – werden häufig Männern überlassen. Frauen ergreifen offenbar seltener die Chance, on air präsent zu sein. Hier könnten spezielle Schulungs- bzw. Weiterbildungsangebote ansetzen, die sich an Frauen richten.

Unter diesem und unter weiteren Aspekten sind die *Institutionen der JournalistInnen-Aus- und Weiterbildung* gefragt.

Grundsätzlich zählt es zu den Aufgaben der Aus- und Weiterbildung, angehende JournalistInnen mit den gesetzlichen Rahmenbedingungen ihrer Arbeit vertraut zu machen und sie auf deren konkrete Anwendung und Umsetzung im journalistischen Alltag vorzubereiten.

Eine Lehreinheit, die erstens den genannten Zweck erfüllt und sich zweitens problemlos in die meisten Curricula einfügt, ist die Qualifizierung für das im skandinavischen Raum verbreitete ‚Gender Proofing' (vgl. Scheub 1999). Damit ist nichts

anderes gemeint als die konsequente Anwendung der geschlechtsbewussten Perspektive in der Recherche und Berichterstattung. Eine entsprechende Lehreinheit könnte – unabhängig von der konkreten didaktischen Aufbereitung und vom zeitlichen Umfang – aus folgenden Teilen bestehen:

- einer Sensibilisierung für das publizistische Leitbild der Gleichstellung;
- einer Informationseinheit über ‚Gendering' im Journalismus, beispielsweise Geschlechtsspezifika auf den Ebenen Aussagenproduktion, mediale Inhalte, Rezeption;
- einer Übungseinheit, in der anhand geeigneter Themen trainiert wird, wie man geschlechtsspezifische Aspekte in der Recherche freilegen und wie man sie in der Berichterstattung aufgreifen kann.

Von einer halbtägigen Einheit im Rahmen eines Volontärkurses bis zu einem Projektseminar im Rahmen der hochschulgebundenen Journalistenausbildung sind viele konkrete Ausgestaltungen dieses Gedankens vorstellbar. Bislang ist eine vergleichbare Lehrheinheit in keinem mir bekannten Curriculum verankert.

Eine Aufgabe, die von zahlreichen *unterschiedlichen Trägern* übernommen werden müsste, ist die Professionalisierung der Gruppen, die sich für Gleichstellung engagieren.

Das sind zum einen die Bürgerfunk-Gruppen, die Frauensendungen produzieren. Das Beispiel Dortmund zeigt, wie sinnvoll es ist, wenn diese Gruppen professionelle Unterstützung erhalten. Von 1992 bis 1994 hat hier eine Radiojournalistin, die aus ABM-Mitteln finanziert wurde, die Frauen- und Mädchengruppen im Bürgerfunk geschult, bei der Programmproduktion beraten und unterstützt. Nach dem Auslaufen der Stelle, als die Gruppen ganz auf sich bzw. auf ihre ehrenamtliche Tätigkeit gestellt waren, ließ auch die regelmäßige Programmproduktion der Gruppen wieder nach.

Das sind zum anderen Gruppen und Organisationen, die sich auf allen anderen gesellschaftlichen Ebenen für Gleichstellung engagieren. Wenn diese in Sachen Öffentlichskeitsarbeit und Selbstdarstellung gezielt geschult werden, steigen die Thematisierungschancen für ihre Anliegen aller Voraussicht nach rapide an (vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 216).

Einen längst fälligen Beitrag der *Journalistik* sehe ich darin, die in dieser Untersuchung aufgegriffenen theoretischen Ansätze in die Diskussion um journalistische Qualität zu integrieren.

Zunächst einmal wäre zu prüfen, inwieweit sich Aspekte gleichstellungsspezifischer Produktleistungen an aktuelle Qualitätsmodelle ‚andocken' lassen. Ein geschlechtsbewusster Blick auf Sachverhalte lässt sich aus unterschiedlichen in der Literatur vorgeschlagenen Dimensionen als Merkmal journalistischer Qualität ableiten.

Anknüpfungspunkte sehe ich insbesondere bei den Dimensionen Richtigkeit und Relevanz, die in dieser oder ähnlicher Form Bestandteil nahezu aller Qualitätsmodelle sind. Zur Richtigkeit gehört laut Rager auch die Vollständigkeit der Informationen (1994: 201). Nun lässt sich argumentieren, dass Informationen dann nicht vollständig sind, wenn geschlechtsspezifische Aspekte – vorausgesetzt, ein Sachverhalt verfügt über solche Aspekte – nicht vermittelt werden. Denn vollständig sind die Informationen erst dann, wenn alle ‚wesentlichen' Aspekte vermittelt werden. Die Entscheidung darüber, was das Wesentliche eines Sachverhalts ist, lässt sich „sicher nicht ein für alle Mal und ohne alle Zweifel fällen – journalistische Produkte sind schließlich nicht verkleinerte Abbilder, sondern Interpretationen der Realität" (Rager 1994: 198). Ob ein Sachverhalt ‚wesentliche' geschlechtsspezifische Komponenten hat, ist allerdings nur unter Heranziehen externer Informationen zu entscheiden. Das ist jedoch kein Argument gegen die Berücksichtigung eines solchen Qualitätskriteriums, wenn es sich um eine Zieldimension journalistischer Qualität handelt.

Geschlechtsspezifische Aspekte eines Sachverhalts oder einer Entwicklung lassen sich auch im Rückgriff auf Relevanz-Kriterien gut herausarbeiten. Fischer fasst die Operationalisierungsansätze verschiedener Autoren zusammen (u.a. Rager 1994, Schatz/Schulz 1992, Hagen 1995) und nennt als Kriterien der internen Relevanz: Geschichte, Umstände, Ursachen, Folgen, Perspektiven, Entscheidungsträger, Betroffene, Handlungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten, Alternativen, Kontroversen und Kritik, Bewertungen (Fischer 1995: 76). Werden diese Relevanzkriterien in der Berichterstattung nicht bloß gestreift, sondern umfassend dargestellt, so erhöhen sich – vorsichtig ausgedrückt – die Chancen, dass auch ‚mit dem Geschlecht verwobene' Umstände, Ursachen, Folgen, Perspektiven etc. thematisiert werden.

Das heißt, allgemeine journalistische Qualität und gleichstellungsspezifische Leistungen stehen in wechselseitiger Abhängigkeit: Zum einen trägt das Berichten gleichstellungsspezifischer Aspekte dazu bei, den ‚Qualitätswert' eines journalistischen Produkts zu erhöhen (Vollständigkeit, Dimension Richtigkeit). Zum anderen wird es bei hoher Qualität eines Produkts wahrscheinlicher, dass auch gleichstellungsspezifische Aspekte genannt werden (interne Relevanz, Dimension Relevanz).

Von diesen Überlegungen, die sich stark an bereits entwickelten Modellen orientieren, einmal abgesehen, scheint es sinnvoll, gleichstellungsspezifische Leistungen in einer Dimension ‚gesellschaftliche Verantwortung' zu verorten.

Rager umreißt gesellschaftliche Verantwortung zwar nicht als Dimension, deutet aber ihre Bedeutung für die Qualitätdebatte an: „Programme/Berichte, die gegen das Gebot der Rechtmäßigkeit verstoßen, sind nicht schlecht, sondern verboten. Anders sieht es aus bei Fragen nach der ethischen Ausgestaltung des gesetzlich definierten Rechtsraums. Es kann sicherlich ein Qualitätskriterium sein, wenn sich Medien hier besonders verantwortungsvoll zeigen …" (Rager 1994: 195; vgl. hierzu auch Schneider 1994: 19).

Nach dem Modell der European Foundation of Quality Management würde im Evaluationsbereich ‚gesellschaftliche Verantwortung' geprüft, „inwiefern sich die Redaktion darum bemüht, gesellschaftliche Anforderungen zu erfüllen" (Wyss 2000: 28). Unter dem Dach ‚gesellschaftliche Verantwortung' lassen sich auch andere spezifische Leistungen versammeln. Stock argumentiert – wenn auch ohne sich auf den Qualitätsbegriff zu beziehen – in eine ähnliche Richtung, wenn er fordert, dass „auch große Zeitströmungen, neue soziale Bewegungen und epochale Fragen wie die des Art. 3 Abs. 2 GG in die Agenda aufgenommen werden [können und sollen]. (…) Ein anderes Thema solcher Größenordnung ist das ökologische." (Stock 1993: 73, vgl. auch Fn. 233)

Beziehen sich diese Fragen auf die Theoriebildung im Fach, so lassen sich auch im Bereich der empirischen Forschung noch Defizite ausmachen. Ein Forschungsdesiderat ist die Frage nach den Mechanismen, die die Geschlechterkonstellationen in der Programmproduktion bedingen. Frauen sind in den verschiedenen Programmrollen unterrepräsentiert (was im Übrigen für den Printjournalismus gleichermaßen gilt; vgl. Klaus 1998, Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a), obwohl sie große Teile, in einzelnen Betrieben bzw. Jahrgängen auch die Mehrheit, des journalistischen Nachwuchses stellen. Ein Beispiel: Ob Frauen die Chance, zu moderieren, nicht ergreifen (s.o.) oder ob sie die Chance nicht im selben Maße haben wie ihre männlichen Kollegen – ob hier also Schließungsmechanismen greifen –, konnte mit den bislang eingesetzten Untersuchungsanlagen nicht erklärt werden. Hier ergeben sich Anknüpfungspunkte an die berufssoziologische Forschung zu der Frage, „wie die Schnittstellen von Ausbildung und Berufseinmündung mit Lebenslauf- und Biografiemustern verkoppelt sind und wie geschlechtsspezifische Arrange-

ments entstehen, die sich für Frauen auf dem Arbeitsmarkt nachteilig auswirken“ (Professionalisierung 2000: o.S.).

Sinnvoll wäre daher, ein Forschungsprojekt zu geschlechtsspezifischen Berufsverläufen im Journalismus zu entwerfen (vgl. Luppen 1997, die erste Vorarbeiten hierzu vorgelegt hat). Viel versprechend wäre m.E. eine methodische Anlehnung an eine Untersuchung zur ‚Professionalisierung und Integration der Lebenssphären‘, das sich mit geschlechtsspezifischen Berufsverläufen in Medizin und Psychologie beschäftigt und im DFG-Schwerpunktprogramm ‚Professionalisierung, Organisation, Geschlecht‘ angesiedelt ist: An eine standardisierte repräsentative Befragung mit den Schwerpunkten derzeitige Berufstätigkeit (inhaltliche Spezialisierungen, Hauptaufgabengebiete, organisationale Kontexte) und Stationen des individuellen Berufswegs schließen sich Interviews mit männlichen und weiblichen VertreterInnen „der wichtigsten beruflichen Verlaufsmuster“ an (Hoff/Hohner 2000: o.S.). Ein solches Forschungsprogramm würde da ansetzen, wo zahlreiche vorliegende Arbeiten der medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung – u.a. diese – aufhören.

Literatur

Pressemitteilungen – beispielsweise der Landesanstalt für Rundfunk oder des Westdeutschen Rundfunks – sind in der Regel nicht im Literaturverzeichnis ausgewiesen. Sie sind im Text mit Veröffentlichungsdatum genannt und in aller Regel im Internet abrufbar.

Amir-Sehhi, Minou (1991): Struktur und Konzeption zweier frauenspezifischer Fernsehmagazine am Beispiel von „Nova“ (3sat) und „Sphinx&Co“ (WDR). Unveröff. Magisterarbeit. Berlin

Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (1994; Hg.): Gender und Medien. Wien

ARD-Jahrbuch (1997): ARD-Jahrbuch hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg

ARD-Jahrbuch (1998): ARD-Jahrbuch hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg

Arnu, Titus (2000): Skandal im Saufpark. Medienrat verurteilt Comedysendungen. In: Süddeutsche Zeitung vom 8./9. April. S. 22

Baars, Gerald (1998): Immer für Überraschungen gut. In: ARD-Jahrbuch 98. Hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Hamburg. S. 69-75

Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft – Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.

Beck, Ulrich (1990): Freiheit oder Liebe. Vom Ohne-, Mit- und Gegeneinander der Geschlechter innerhalb und außerhalb der Familie. In: Beck, Ulrich / Beck-Gernsheim, Elisabeth: Das ganz normale Chaos der Liebe. Frankfurt a.M. S. 20-64

Beck-Gernsheim, Elisabeth (1976): Der geschlechtsspezifische Arbeitsmarkt. Zur Ideologie und Realität von Frauenberufen. Frankfurt a.M.

Beck-Gernsheim, Elisabeth (1980): Das halbierte Leben. Männerwelt Beruf, Frauenwelt Familie. Frankfurt/Main

Becker, Susanne (1995): Ansätze zu einer inhaltlichen Beschreibung von Unterbrechungen in öffentlichen Gesprächen am Beispiel von Talkshows. In: Heilmann, Christa M. (Hg.): Frauensprechen – Männersprechen. Geschlechtsspezifisches Sprechverhalten. München, Basel. S. 10-21

Becker-Schmidt, Regina / Knapp, Gudrun-Axeli (1987): Geschlechtertrennung – Geschlechterdifferenz. Suchbewegungen sozialen Lernens. Bonn

Behnke, Cornelia (1997): „Frauen sind wie andere Planeten“. Das Geschlechterverhältnis aus männlicher Sicht. Frankfurt/Main, New York

Berghaus, Margot / Staab, Joachim Friedrich / Hocker, Ursula (1995): Fernseh-Gespräche: Männer bevorzugt. Pressemitteilung des Medien Instituts Ludwigshafen über die Ergebnisse des Projekts „Zuschauer-Blicke aufs Fernsehen“ mit Unterstützung der DFG vom März 1995

Bevölkerungsstatistik (1997): Jahresbericht 1997 des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik des Landes Nordrhein-Westfalen (online-Ausgabe). o.O. o.S. (www-Adresse: www.nrw.lds.de)

Böhm, Elisabeth (1995): Traumberuf Moderatorin. In: Heilmann, Christa M. (Hg.): Frauensprechen – Männersprechen. Geschlechtsspezifisches Sprechverhalten. München, Basel. S. 22-27

Böhnisch, Lothar / Winter, Reinhard (1993): Männliche Sozialisation. Bewältigungsprobleme männlicher Geschlechtsidentität im Lebenslauf. Weinheim, München

Böllert, Karin (1993a): Kontinuität – aber anders. In: Böllert, Karin / Otto, Hans-Uwe (Hg.): Die neue Familie. Lebensformen und Familiengemeinschaften im Umbruch. Bielefeld. S. 7-9

Böllert, Karin (1993b): Die „wiedervereinigte Familie" – Zur Dominanz herkömmlicher Familienleitbilder. In: Böllert, Karin / Otto, Hans-Uwe (Hg.): Die neue Familie. Lebensformen und Familiengemeinschaften im Umbruch. Bielefeld. S. 112-125

Bosman, Wieland (1989): Programmgrundsätze für den privaten Rundfunk (ZUM)

Brosius, Hans-Bernd / Staab, Joachim Friedrich (1990): Emanzipation in der Werbung? Die Darstellung von Frauen und Männern in der Anzeigenwerbung des „stern" von 1969 bis 1988. In: Publizistik. Heft 3. S. 292-303

Bürger, Britta (1986): Konzeption eines frauenspezifischen Magazins im Hörfunk am Beispiel des Senders Freies Berlin: Zeitpunkte. Unveröff. Magisterarbeit. Berlin

Butler, Judith (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt/Main

Chodorow, Nancy (1985): Das Erbe der Mütter. Psychoanalyse und Soziologie der Geschlechter. München

Connemann, Christina (1992): Geschlechtstypisches Gesprächsverhalten in einer Hörfunksendung. Unveröff. Magisterarbeit. Hamburg

Cornelißen, Waltraud (1994a): Klischee oder Leitbild? Geschlechtsspezifische Rezeption von Frauen- und Männerbildern im Fernsehen. Opladen

Cornelißen, Waltraud (1994b): Latente Typisierungen der Geschlechter im Fernsehen: Ein Fallbeispiel. Unveröff. Manuskript (Kurzfassung publiziert als Cornelißen, Waltraud: Latente Typisierungen der Geschlechter im Fernsehen: Ein Fallbeispiel. In: Zeitschrift für Frauenforschung. Heft 1-2/1994. S. 123-149)

Cornelißen, Waltraud (1996): Die Kategorie Geschlecht und ihr Erklärungspotential für die Aneignung von medialen Präsentationen. In: Marci-Boehncke, Gudrun / Werner, Petra / Wischermann, Ulla: BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung. Weinheim. S. 15-35

Cornelißen, Waltraud / Gebel, Christa (1999): Gleichberechtigung on air? Zur Präsentation von Männern und Frauen im niedersächsischen Hörfunk. Eine empirische Untersuchung. Berlin

Cornelißen, Waltraud / Küsters, Kirsten (1992): Frauen und Nachrichten. Zum Frauenbild in den Nachrichtensendungen. In: Fröhlich, Romy (Hg.): Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht. Bochum. S. 123-138

Craig, Robert T. (1981): Generalisation of Scott's Index of Intercoder Agreement. In: Public Opinion Quarterly. 45. Jg. S. 260 - 264

Der partnerschaftliche Mann (1993): Der partnerschaftliche Mann. Einstellungen und Verhaltensweisen. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag des BMFJ. Dokumentation. Allensbach

Die Väter zieren sich (1999): Die Väter zieren sich / Skandinavische Männer nehmen kaum "Elternurlaub". In: Stuttgarter Zeitung vom 27. Mai. o.S.

Ehescheidungen (1997): 3,6 Prozent mehr Ehescheidungen in Deutschland im Jahr 1996. Pressemitteilung des Statistischen Bundesamtes vom 24. Juli

Ellermann, Heike / Klatt, Kathrin (1995): Bundesdeutsche Hausfrau? Nie im Leben! Eine Studie zum Selbstverständnis von Frauen in Ost und West. Berlin

EMA (1995): Elektronische Medien-Analyse Nordrhein-Westfalen. Hrsg. von der GfK-Medienforschung. Berichtsband ‚Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse'. o.O.

EMA (1998): Elektronische Medien-Analyse Nordrhein-Westfalen. Hrsg. von der GfK-Medienforschung. Berichtsband ‚Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse'. o.O.

Ernst, Stefanie (1996): Machtbeziehungen zwischen den Geschlechtern. Wandlungen der Ehe im „Prozeß der Zivilisation". Opladen

Faludi, Susan (1993): Die Männer schlagen zurück. Reinbek

Feldmann-Neubert, Christine (1991): Frauenleitbild im Wandel 1948-1988. Von der Familienorientierung zur Doppelrolle. Weinheim

Fischer, Achim (1995): Weder Hexenwerk noch Zufallsprodukt. Qualität und Routinen im Wissenschaftsjournalismus. Unveröff. Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund

Frauen im Spiegel der Statistik (1996): Frauen im Spiegel der Statistik des Landes Nordrhein-Westfalen 1996. Hg. vom Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NW. Düsseldorf

‚Frauen ins Haus' (1997): „Frauen gehören ins Haus". In: Westfälische Rundschau vom 21. Mai. S. 1

Fritz, Angela / Langenbucher, Wolfgang (1987): Zur gesellschaftlichen Kommunikation der 80er Jahre. Plädoyer für ein nationales Forschungsprogramm. In: Medien Journal. Heft 5. S. 148ff (referiert nach Prenner, Andrea (1995): Die Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. Bochum)

Fröhlich, Romy / Holtz-Bacha, Christina (1995a): Frauen und Medien. Eine Synopse der deutschen Forschung. Opladen

Fröhlich, Romy / Holtz-Bacha, Christina (1995b): Geschlossene Gesellschaft? Zwischen Majorität und Minorität – Frauen in der Publizistik. Bochum

Fuchs Epstein, Cynthia (1978): The Women's Movement and the Women's Pages. In: Tuchman, Gaye u.a. (Hg.): Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media. New York. S. 216-221

Geburten (1998): 1997 2,7 Prozent mehr Geburten in Deutschland als im Vorjahr. Pressemitteilung des Statistischen Bundesamtes vom 16. Februar

Geisel, Kerstin (1991): „Die Schöne und das Biest". Probleme bei der Berichterstattung über Vergewaltigung in der Tagespresse. Unveröff. Diplomarbeit. Dortmund (veröff. als Geisel, Kerstin (1995): „Die Schöne und das Biest". Wie die Tagespresse über Vergewaltigung berichtet. Münster)

Geissler, Birgit / Oechsle, Mechthild (1996): Lebensplanung junger Frauen. Zur widersprüchlichen Modernisierung weiblicher Lebensläufe. Weinheim

Gerhards, Maria / Klingler, Walter (1999): Jugend und Medien. Fernsehen als Leitmedium. In: Media Perspektiven. Heft 11. S. 562-576

Gesierich, Karen (1993): Frauenprogramme im bundesdeutschen Fernsehen. Frankfurt a.M.

Gildemeister, Regine / Wetterer, Angelika (1992): Wie Geschlechter gemacht werden. In: Knapp, Gudrun-Axeli / Wetterer, Angelika (Hg.): Traditionen – Brüche. Freiburg. S. 201-254

Gleichberechtigung (1996): Gleichberechtigung von Frauen und Männern. Einstellungen und Wirklichkeit in der Bevölkerung. Hrsg. vom BMFSFJ. Stuttgart u.a.

Gräßel, Ulrike (1991): Sprachverhalten und Geschlecht. Pfaffenweiler

Hadamik, Sabine (1997): Eröffnungsansprache der Stv. Direktorin und Gleichstellungsbeauftragten der Landesanstalt für Rundfunk NW zum Frauenmedientag am 18. Juni in Köln. Unveröff. Manuskript. o.O.

Hagen, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen

Hasebrink, Uwe (2000): Journalistische Qualität aus der Perspektive des Publikums. In: Medienwissenschaft Schweiz: Qualität im Journalismus. Heft 1. S. 6-9

Hausarbeit (1995): Rollenteilung nach wie vor traditionell / Studie ergab: Hausarbeit unbezahlbar. In: Westfälische Rundschau vom 16. November. S. 3

Hausarbeit (1997): Studie belegt: Männer ziehen sich immer mehr zurück / Hausarbeit lastet auf Frauen. In: Westfälische Rundschau vom 18. Februar. S. 1

Heller, Eva (1992): Frauen haben im Beruf nichts zu suchen und zu Hause nichts zu tun. Die neue Frau der achtziger Jahre. In: Schmerl, Christiane (Hg.): Frauenzoo der Werbung. Aufklärung über Fabeltiere. München. S. 131-148

Hirschauer, Stefan (1989): Die interaktive Konstruktion von Geschlechtszugehörigkeit. In: Zeitschrift für Soziologie. Heft 2. S. 100-118

Hoff, Ernst / Hohner, Hans-Uwe (2000): Professionalisierung und Integration der Lebenssphären. Geschlechtsspezifische Berufsverläufe in Medizin und Psychologie. Projektskizze auf der Website des DFG-Schwerpunktprogramms ‚Professionalisierung, Organisation, Geschlecht' unter der Leitung von Prof. Dr. Hedwig Rudolph, Berlin. Ohne Seitenzahlen (http://www.wz-berlin.de/pog/projekte.de.htm#6)

Hoffmann, Berno (1997): Das sozialisierte Geschlecht. Zur Theorie der Geschlechtersozialisation. Opladen

Holmes, Janet (1996): Die unterstützende Sprechweise und interaktionelle Reife von Frauen. In: Trömel-Plötz, Senta (Hg.): Frauengespräche: Sprache der Verständigung. Frankfurt/Main. S. 63-86

Huhnke, Brigitta (1996): Macht, Medien und Geschlecht. Eine Fallstudie zur Berichterstattungspraxis der dpa, der taz sowie der Wochenzeitungen Die Zeit und Der Spiegel von 1980 – 1995. Opladen

Ifak-Institut (1991): Nutzung und Akzeptanz lokaler Fernsehangebote in Rosenheim und Regensburg. Band 16 der Schriftenreihe der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien. München

Jaddou, Liliane / Williams, Jon (1981): A theoretical contribution to the struggle against the dominant representations of women. In: Media, Culture & Society. Heft 3. S. 105-124

Klaus, Elisabeth (1998): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Opladen

Kliment, Tibor (1996): Mein Radio, meine Heimat? Rezeptionsansprüche der Hörerschaften des Lokalradios und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Nordrhein-Westfalen. In: Rundfunk und Fernsehen. Heft 4. S. 499-530

Klingler, Walter / Schaack, Jens (1999): Media-Analyse 99 – Hörfunk behauptet sich in der Medienkonkurrenz. Heft 10. S. 506-517

Koppetsch, Cornelia / Burkart, Günter (1999): Die Illusion der Emanzipation. Zur Wirksamkeit latenter Geschlechtsnormen im Milieuvergleich. Konstanz

Kotelmann, Joachim / Mikos, Lothar (1981): Frühjahrsputz und Südseezauber. Die Darstellung der Frau in der Fernsehwerbung und das Bewußtsein von Zuschauerinnen. Baden-Baden

Kotthoff, Helga (1993): Kommunikative Stile, Asymmetrie und „Doing Gender". In: Feministische Studien. Heft 2. S. 79-95

Krippendorf, Klaus (1980): Content Analysis. An Introduction to its Methodology. Beverly Hills, London

Krüger, Udo Michael (1992): Programm von heute mit Frauen von gestern? Eine Programmanalyse. In: Frauenbilder im Fernsehen. Hg. von der Bundeszentrale für politische Bildung. Beiträge und Materialien einer Fachtagung vom 25. bis 27. August 1991 in Augsburg. Bonn. S. 31-48

Küchenhoff, Erich (1975; Hg.): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster. Stuttgart

Küchler, Petra (1997): Zur Konstruktion von Weiblichkeit. Pfaffenweiler

Landesanstalt für Rundfunk (1995): Lokale Programmkompetenz. Lokale Orientierungen und qualitative Programmerwartungen von Hörern in Nordrhein-Westfalen – Vergleichende Analyse der Rezeptionsansprüche von Lokalfunkhörern mit Publika von WDR-Programmen (Band 8 der LfR-Materialien). Düsseldorf

Landesanstalt für Rundfunk (1996): Lokalfunk 2000 in Nordrhein-Westfalen (Band 12 der LfR-Materialien). Düsseldorf

Langer, Ulrike / Prothmann, Hardy (1998): Die Herrin der Wellen. In: Medium Magazin. Heft 4. S. 30-39

Laschet, Remo (1994): Programmgrundsätze für den kommerziellen Rundfunk. Untersuchung der Landesmediengesetze und der Rundfunkstaatsverträge anhand von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 Grundgesetz und seiner Schranken. Baden-Baden

Lautmann, Rüdiger (1990): Die Gleichheit der Geschlechter und die Wirklichkeit des Rechts. Opladen

Leisering, Lutz u.a. (Hg.; 1993): Moderne Lebensläufe im Wandel. Beruf – Familie – Soziale Hilfen – Krankheit. Weinheim

Lünenborg, Margret (1995): Geschlecht als soziales und kulturelles Konstrukt. Kritische Anmerkungen zur Geschlechterforschung in neueren Kommunikatorstudien. Unveröff. Manuskript eines Vortrags auf der DGPuK-Tagung am 15./16.6.1995 in Stuttgart. o.O.

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

Luppen, Marion (1995): Erfräulich oder eher dämlich? Zur Frauendarstellung in den Lokalteilen von Express, Frankfurter Rundschau und Remscheider General-Anzeiger. Unveröff. Studienarbeit. Dortmund

Luppen, Marion (1997): „Man(n) lässt sie nicht zu hoch kommen" – JournalistInnen sprechen über ihre Karriereverläufe und über Chancen von Frauen im Journalismus. Eine Interviewstudie mit zwölf ehemaligen und amtierenden ChefredakteurIn-

nen im NRW-Lokalfunk. Unveröff. Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund

Maihofer, Andrea (1995): Geschlecht als Existenzweise. Macht, Moral, Recht und Geschlechterdifferenz. Frankfurt/Main

Männer im Haushalt (1998): Männer im Haushalt überflüssig. In: Westfälische Rundschau vom 22. Juni

Mathes, Rainer (1990): Programmstruktur und Informationsangebote privater Hörfunksender in Baden-Württemberg. Stuttgart

Media Perspektiven Basisdaten (1999): Daten zur Mediensituation in Deutschland 1999. Hrsg. im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften. o.O.

Melton, Gary W. / Fowler, Gilbert L. (1987): Female Roles in Radio Advertising. In: Journalism Quarterly. Heft 1 (Frühjahr). S. 145-149

Merten Klaus (1995). Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2., verbesserte Auflage. Opladen

Mikos, Lothar (1988): Frühjahrsputz revisited. Das Frauenbild in der Werbung hat sich kaum verändert. In: Medium. Heft 4. S. 54-57

Mühlen-Achs, Gitta (1995): Frauenbilder. Konstruktionen des anderen Geschlechts. In: Mühlen-Achs, Gitta / Schorb, Bernd (Hg.): Geschlecht und Medien. München. S. 13-37

Mühlen-Achs, Gitta / Schorb, Bernd (Hg.; 1995): Geschlecht und Medien. München

Müller-Gerbes, Sigrun / Werner, Petra (1993): Zur Zeit ohne Zeitung. Zur Kritik von Frauen an der Tageszeitung – Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Nicht-Leserinnen. Unveröff. Diplomarbeit. Dortmund

Müller-Gerbes, Sigrun / Röttger, Ulrike / Werner, Petra (1992): Notizen von Mann zu Mann. Wie die Zeitung ihre Leserinnen ignoriert. In: Rager, Günther / Werner, Petra (Hg.): Die tägliche Neu-Erscheinung. Untersuchungen zur Zukunft der Zeitung. Münster. S. 65-79

Neverla, Irene (1994): Balanceakte zwischen Angleichung und Abweichung im Journalismus. Aspekte beruflicher Sozialisation von Journalistinnen. In: Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hg.): Gender und Medien. Wien. S. 68-76

Neverla, Irene / Kanzleiter, Gerda (1984): Journalistinnen. Frauen in einem Männerberuf. Frankfurt/Main

Notz, Gisela (1995): Strukturwandel, Weiterbildungsstrategien und geschlechtshierarchische Segregation. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Frankfurt a.M. / New York. S. 205-219

NRW-Urteil (1991): Media Perspektiven Dokumentation 1/1991: Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 5. Februar 1991 – 1 BvF 1/85 BvF 1/88 –

Nussbaum, Martha C. (1998): Die Tyrannei der Gewohnheit. Blicke durch das „Prisma der Geschlechterforschung". In: Süddeutsche Zeitung vom 11. April. S. I

Oehmichen, Ekkehardt (1999): Die MedienNutzerTypologie als Beratungsinstrument im Hörfunk. In: Media Perspektiven. Heft 10. S. 549-556

Ostner, Ilona (1993): „Immer noch wartet die Frau zu Hause …". Zur sozialpolitischen Regulierung weiblicher Lebenschancen in der Bundesrepublik. In: Leisering, Lutz u.a. (Hg.): Moderne Lebensläufe im Wandel. Beruf – Familie – Soziale Hilfen – Krankheit. Weinheim. S. 99-115

Pätzold, Ulrich u.a. (1997): Einhaltung gesetzlicher Standards in nordrhein-westfälischen Lokalfunkprogrammen (Band 18 der LfR-Materialien). Düsseldorf

Pingree, Suzanne / Hawkins, Robert P. (1980): Nachrichten und ihre Wirkung auf Frauen. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Heft 1-2. S. 67-89

Pinl, Claudia (1994a): Das faule Geschlecht. Wie Männer es schaffen, Frauen für sich arbeiten zu lassen. Frankfurt/Main

Pinl, Claudia (1994b): Das faule Geschlecht / Kein Grund zum Feiern am Internationalen Frauentag: Im Haushalt sind die Männer immer noch Drückeberger. In: Die Woche vom 3. März. S. 17

Prenner, Andrea (1992): Frauen und Nachrichten. Kurzmeldungen zu einem „Nicht-Thema". In: Medien Journal. Heft 3. S. 147-151

Prenner, Andrea (1995): Die Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. Bochum

Professionalisierung (2000): Professionalisierung, Organisation, Geschlecht – Stand der Forschung. Website des DFG-Schwerpunktprogramms ‚Professionalisierung, Organisation, Geschlecht' unter der Leitung von Prof. Dr. Hedwig Rudolph, Berlin. Ohne Seitenzahlen (http://www.wz-berlin.de/pog/stand.de.htm)

Prüfig, Katrin (1993): Formatradio – ein Erfolgskonzept. Ursprung und Umsetzung am Beispiel Radio FFH. Berlin

Pusch, Luise F. (1984): Das Deutsche als Männersprache. Frankfurt a.M.

Pusch, Luise F. (1990): Alle Menschen werden Schwestern. Frankfurt a.M.

Rabe-Kleberg, Ursula (1993): „Zu Diensten!"? – Über das Ende weiblicher Dienstbarkeit und die Zukunft der Sozial- und Pflegeberufe. In: Leisering, Lutz u.a. (Hg.): Moderne Lebensläufe im Wandel. Beruf – Familie – Soziale Hilfen – Krankheit. Weinheim. S. 129-141

Raetsch, Ilse (1980): Das Bild der Frau in der Konsumwerbung – Hörfunk und Fernsehen. Unveröff. Diplomarbeit. München

Rager, Günther (1982): Publizistische Vielfalt im Lokalen. Tübingen

Rager, Günther (1994): Dimensionen der Qualität – Weg aus den allseitig offenen Richter-Skalen? In: Bentele, Günter / Hesse, Kurt R. (Hg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz. S. 189-209

Rager, Günther / Weber, Bernd / Begemann, Marianne (1996): Jugend im Umbruch. Ideen, Ergebnisse und Beispiele für die jugendnahe Tageszeitung. Bonn

Rager, Günther / Werner, Petra / Weber, Bernd (1992): Arbeitsplatz Lokalradio. Journalisten im lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen. Opladen

Reyer, Jürgen (1993): Betreuungswünsche von Eltern mit Kleinstkindern. In: Böllert, Karin / Otto, Hans-Uwe (Hg.): Die neue Familie. Lebensformen und Familiengemeinschaften im Umbruch. Bielefeld. S. 84-100

Ricker, Reinhart (1987): Die Kompetenzen der Rundfunkräte im Programmbereich. München

Rodewald, Jörg (1996): Durchsetzung von Programmbindungen und Programmgrundsätzen gegenüber Privatrundfunkveranstaltern. München

Rombach, Theo (1983): Lokalzeitung und Partizipation am Gemeindeleben. Eine empirische Untersuchung. Berlin

Röser, Jutta / Kroll, Claudia (1995): Was Frauen und Männer vor dem Bildschirm erleben. Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen. Düsseldorf

Röttger, Ulrike (1992): Auf der Suche nach der verlorenen Generation. Warum immer mehr Jugendliche immer weniger Zeitung lesen. In: Rager, Günther / Werner, Petra (Hg.): Die tägliche Neu-Erscheinung. Untersuchungen zur Zukunft der Zeitung. Münster. S. 81-94

Samland, Manuela (1992): Frauenprogramme im Hörfunk. Redaktionelle Konzepte und inhaltliche Darstellung. Unveröff. Diplom-Arbeit. München

Scarbath, Horst / Gorschenek, Margareta / Grell, Petra (1994): Sexualität und Geschlechtsrollenklischees im Privatfernsehen. Inhaltsanalytische Fallstudien. Berlin

Schatz, Heribert (1971): „Tagesschau" und „heute". Politisierung des Unpolitischen? In: Zoll, Ralf (Hg.): Manipulation der Meinungsbildung. Opladen. S. 109-123

Schatz, Heribert / Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. In: Media Perspektiven. Heft 11. S. 690-712

Scheu, Ursula (1986): Wir werden nicht als Mädchen geboren – wir werden dazu gemacht. Zur frühkindlichen Erziehung in unserer Gesellschaft. Frankfurt/Main (Erstausgabe 1977)

Scheub, Ute (1999): Immer dieses Harmoniegetue (Interview mit Marion Esch, Europäische Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft). In: taz-mag von ‚Ostern'. S. VI

Schmerl, Christiane (1989; Hg.): In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien. Köln

Schmerl, Christiane (1990): Frauenbilder in der Werbung. In: Mühlen-Achs, Gitta (Hg.): Bildersturm. Frauen in den Medien. München. S. 183-204

Schmerl, Christiane (1992; Hg.): Frauenzoo der Werbung. Aufklärung über Fabeltiere. München

Schmerl, Christiane (1994): Die schönen Leichen aus Chromdioxyd und aus Papier: Frauenbilder in der Werbung. In: Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (Hg.): Gender und Medien. Wien. S. 134-151

Schmidt, Claudia (1988): „Typisch weiblich – typisch männlich". Geschlechtstypisches Kommunikationsverhalten in studentischen Kleingruppen. Tübingen (zit. nach Connemann, Christina (1992): Geschlechtstypisches Gesprächsverhalten in einer Hörfunksendung. Unveröff. Magisterarbeit. Hamburg)

Schneider, Beate / Schönbach, Klaus / Stürzebecher, Dieter (1993a): Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß bei der Arbeit. In: Publizistik. Heft 1. S. 5-30

Schneider, Beate / Schönbach, Klaus / Stürzebecher, Dieter (1993b): Journalisten im vereinigten Deutschland. In: Publizistik. Heft 5. S. 353-382

Schneider, Norbert (1994): Steuerung der Programmqualität bei den privaten Rundfunkveranstaltern. In: Rahmenbedingungen der Programmgestaltung. Band 63 der Schriftenreihe des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln. S. 15-26

Schnyder, Marijke (1997): Geschlechtsspezifisches Gesprächsverhalten. Höraktivitäten und Unterbrechungen in Radiogesprächsrunden. Pfaffenweiler

Schröder, Hermann-Dieter / Sill, Torsten (1993): Konstruktion und Realisierung des nordrhein-westfälischen Lokalfunkmodells. Eine rechts- und sozialwissenschaftliche Untersuchung der Konstituierung lokalen Hörfunks. Opladen

Schröter, Detlef (1994): Die Rolle der Moderation bei Morgensendungen im Radio. Eine explorative Fallstudie mit Programmanalysen und Hörer-Gesprächen. Unveröff. Projektbericht. München

Schröter, Detlef / Wagner, Hans (1992): Hörfunkmoderation: Muster und Stile. Werkstattbericht aus der Programmanalyse von fünf privaten Münchener Hörfunksendern. In: Rundfunk und Fernsehen. Heft 1. S. 107-131

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. München

Seidenspinner, Gerlinde u.a. (1996): Junge Frauen heute – Wie sie leben, was sie anders machen. Opladen

Spezies Erziehungsurlauber (1997): Eine seltene Spezies scheinen Erziehungsurlauber zu sein: Gerade 1,9 Prozent Männer nutzen bundesweit die Möglichkeit. In: Westfälische Rundschau vom 20. April. o. S.

Spiegel special (1998): Mann + Frau = Krise. Partnersuche, Partnerglück, Partnerleid. Heft 5

Spiess, Brigitte (1992): Frauenbilder in der Fenseh-Werbung. Gefangen zwischen alten Leitbildern und neuen Rollenvorstellungen. In: Frauenbilder im Fernsehen. Hg. von der Bundeszentrale für politische Bildung. Beiträge und Materialien einer Fachtagung vom 25. bis 27. August 1991 in Augsburg. Bonn. S. 91-108

Slembek, Edith (1995): Frauenstimmen in den Medien. In: Heilmann, Christa M. (Hg.): Frauensprechen – Männersprechen. Geschlechtsspezifisches Sprechverhalten. München, Basel. S. 107-119

Stephan, Cora (1988): Ein Loblied auf die freie Frau. Macht Karriere im Journalismus alkoholsüchtig, asozial und dumm? In: tageszeitung vom 24.6.1988. S. 10 (zit. nach Lünenborg, Margret (1997): Journalistinnen in Europa. Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus. Opladen)

Sterr, Lisa (1997): Frauen und Männer auf der Titelseite. Strukturen und Muster der Berichterstattung am Beispiel einer Tageszeitung. Pfaffenweiler

Stock, Martin (1993): Nordrhein-Westfälisches Rundfunkrecht. Zur Lage nach den jüngsten Novellierungen. Baden-Baden 1993

Strümpel, Burkhard u.a. (1988): Teilzeitarbeitende Männer und Hausmänner. Motive und Konsequenzen einer eingeschränkten Erwerbstätigkeit von Männern. Berlin

Stuiber, Heinz-Werner (1990): Landesweiter Hörfunk in Bayern – Programm, Publikumswünsche und Bewertungen. Inhaltsanalyse, Image- und Akzeptanzstudie zu den Hörfunkprogrammen Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3. München

Teubner, Ulrike (1993): Geschlecht und Wissenschaft. Geschlechterhierarchie und/oder Geschlechterdifferenz. In: Informatik und Gesellschaft. Heft 3. S. 19-22 (ref. nach Wetterer, Angelika (1995d): Dekonstruktion und Alltagshandeln. Die (möglichen) Grenzen der Vergeschlechtlichung von Berufsarbeit. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Frankfurt a.M. / New York. S. 223-246

Teubner, Ulrike (1995): Das Fiktionale der Geschlechterdifferenz. Oder: Wie geschlechtsspezifisch ist die Kategorie Geschlecht?. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Die soziale

Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Frankfurt a.M. / New York. S. 247-262

Tödtmann, Joy (1996): Staffage Frau. Zur Darstellung der Geschlechter in der Hörfunkwerbung nordrhein-westfälischer Lokalsender. Unveröff. Studienarbeit an der Universität Dortmund

Tödtmann, Joy (1999): Die ungenutzte Chance. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Frauenseiten in deutschen Tageszeitungen. Unveröff. Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund

Trömel-Plötz, Senta (1984; Hg.): Gewalt durch Sprache. Die Vergewaltigung von Frauen in Gesprächen. Frankfurt a.M.

Trömel-Plötz, Senta (1985a): Frauensprache: Sprache der Veränderung. Frankfurt a.M.

Trömel-Plötz, Senta (1985b): „Es ist nicht meine Haut". Semantik eines Fernsehgesprächs: Rudolf Augstein und Alice Schwarzer. In: Medium. Heft 3. S. 6-15

Trömel-Plötz, Senta (Hg.; 1996): Frauengespräche: Sprache der Verständigung. Frankfurt/Main

Umiker-Seboek, Jean (1992): Die sieben Lebensalter der Frau. Ein Blick auf die siebziger Jahre. In: Schmerl, Christiane (Hg.): Frauenzoo der Werbung. Aufklärung über Fabeltiere. München. S. 93-130

van Eimeren, Birgit / Oehmichen, Ekkehardt (1999): Mediennutzung von Frauen und Männern. Daten zur geschlechtsspezifischen Nutzung von Hörfunk, Fernsehen und Internet/Online 1998: Heft 4. S. 187-201

van Stolk, Bram / Wouters, Cas (1987): Frauen im Zwiespalt. Beziehungsprobleme im Wohlfahrtsstaat (mit einem Vorwort von Norbert Elias). Frankfurt/Main

Velte, Jutta (1995): Die Darstellung von Frauen in den Medien. In: Fröhlich, Romy / Holtz-Bacha, Christina: Frauen und Medien. Eine Synopse der deutschen Forschung. Opladen. S. 181-253

Volpers, Helmut (1995): Hörfunklandschaft Niedersachsen. Eine vergleichende Analyse. Berlin

Volpers, Helmut / Schnier, Detlef (1996): Das WDR-Hörfunkprogramm Eins live. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. In: Media Perspektiven. Heft 5. S. 249-258

Wagner, Christoph (1990): Die Landesmedienanstalten. Organisation und Verfahren der Kontrolle privater Rundfunkveranstalter in der Bundesrepublik Deutschland. Baden-Baden

Weiderer, Monika (1993): Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus. Regensburg

Weischenberg, Siegfried / Löffelholz, Martin / Scholl, Armin (1993): Journalismus in Deutschland. Design und erste Befunde der Kommunikatorstudie. Heft 1. S. 21-33

Weischenberg, Siegfried u.a. (1994a): Frauen im Journalismus. Gutachten im Auftrag der IG Medien

Weischenberg, Siegfried u.a. (1994b): Merkmale und Einstellungen von Journalisten. In: Media Perspektiven. Heft 4. S. 154-167

Weiß, Hans-Jürgen / Trebbe, Joachim (1994): Öffentliche Streitfragen in privaten Fernsehprogrammen. Opladen

Weiß, Ralph (1989): Programmstrukturen im dualen Hörfunksystem. Ergebnisbericht über die inhaltsanalytische Untersuchung der Programmstruktur des Hörfunkangebots in Hamburg. Hamburg

Weiß, Ralph (1995): Publizistische Konzepte für den Hörfunk als Begleitmedium. Ausgewählte Befunde aus Programmanalysen. In: Bucher, Hans-Jürgen; Klingler, Walter; Schröter, Christian (Hg.): Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen. Baden-Baden

Werner, Petra / Rinsdorf, Lars (1998): Ausgeblendet? Frauenbild und Frauenthemen im nordrhein-westfälischen Lokalfunk. Opladen

Wetterer, Angelika (1995a): Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Einleitung. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Frankfurt a.M. / New York. S. 11-28

Wetterer, Angelika (1995b): Dekonstruktion und Alltagshandeln. Die (möglichen) Grenzen der Vergeschlechtlichung von Berufsarbeit. In: Wetterer, Angelika (Hg.): Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Frankfurt a.M. / New York. S. 223-246

‚Wilde Ehe' (1998): „Wilde Ehe" immer beliebter. In: Westfälische Rundschau vom 20. April. o. S.

Wilking, Thomas (1990): Strukturen lokaler Nachrichten. Eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. München

Wyss, Vinzenz (2000): Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe. In: Medienwissenschaft Schweiz: Qualität im Journalismus. Heft 1. S. 21-30

Anhang

I Codebuch für die Inhaltsanalyse der allgemeinen redaktionellen Programme

Vorbemerkung: Das Codebuch ist hier in leicht gekürzter Fassung wiedergegeben; aus Platzgründen habe ich pro Kategorie meist nur ein Codierbeispiel angegeben statt mehrerer.

Allgemeine Codierhinweise
Der größte Teil einer jeden Programmstunde wird nicht codiert: Im Allgemeinen werden weder Musik noch Promotion, Jingles, Programmtrailer, Werbeblöcke, Verkehrshinweise, Wetterhinweise oder An- und Abmoderationen von Musik erfasst (Ausnahme siehe unten). Codiert werden im Prinzip nur Wortbeiträge, Moderationen (An- und Abmoderationen von Beiträgen oder eigenständige Moderationen) , Nachrichten etc.
Jedes von den übrigen Elementen abgrenzbare Sendeelement gilt als eine Codiereinheit. Als einzelnes Sendeelement (‚Take') wird jede Einheit aufgefasst, die sich inhaltlich oder formal von der vorangegangenen und/oder nachfolgenden unterscheidet.
Beispiel für das Codieren einer Sendestunde: Zur vollen Stunde werden die radio-NRW-Nachrichten gesendet. Diese werden grundsätzlich nicht codiert, da sie bei allen Sendern gleich sind.
Nach den Nachrichten wird das Sendungsjingle gespielt (‚Jingle'). Der Moderator nennt seinen Namen und die Uhrzeit (wenn nur Name, Uhrzeit, Sendung oder Sender in beliebiger Kombination genannt werden, wird nicht codiert). Dann fährt er den ersten Musiktitel ab. Nach der Musik erzählt er vom Schnee, der nachmittags fallen soll (‚sonstige Moderation'; kein Wetterhinweis!). Dies ist die erste Einheit, die codiert wird. Danach wieder Musik, ein ‚station-identification'-Jingle – wird beides nicht erfasst. Nun spricht der Moderator von der gestrigen Ratssitzung und leitet über zu einem Beitrag, der dann eingeblendet wird: Ersteres wird als ‚An-/Abmoderation Beitrag' codiert, zweites als ‚Bericht'.
Zur halben Stunde folgen die lokalen Nachrichten: Diese beginnen mit dem Nachrichten-Jingle und den Worten „Es ist neun Uhr dreißig…". Das wird nicht codiert. Dann folgt eine von der SprecherIn verlesene Meldung, an die sich eine Korrespondenten-Nachricht anschließt. Diese bilden jeweils eine Einheit und werden entsprechend erfasst – so wie jede nachfolgende Meldung.
Nach diesem Muster wird jede Einheit einer Sendung erfasst. Besonderheit: Sollte ein thematisch zusammenhängender Beitrag durch Musik unterbrochen sein, so werden die sich anschließenden Fortsetzungen als eigene Einheiten erfasst (Beitragsart ‚Beitrags-fortsetzung').

Die Beitragsarten 1 – 7 werden nur in einem Ausnahmefall erfasst: nämlich wenn sie – im Sinne der Untersuchungsfrage – auffällig sind. Das wäre beispielsweise ein Jingle, in dem eine weibliche Stimme stöhnt „mehr… mehr… Musik". Oder ein Verkehrshinweis, in dem die Zahl der zu vermeldenden Unfälle mit der vermuteten Zahl von Autofahrerinnen in Zusammenhang gebracht wird. Oder ein Werbespot, der mit dem Klischee ‚putzwütige Hausfrau' arbeitet. Natürlich sind hier auch Elemente gemeint, die positiv auffällig sind.
Taucht ein solcher Fall auf, werden folgende Variablen codiert: Zuerst ‚Laufzeit Anfang' (damit der Beitrag auffindbar ist; ‚Laufzeit Ende' muss allerdings nicht festgehalten werden), dann die ‚Beitragsart', dann ‚Wiedervorlage'.

Codierer-Name
Einmal pro Sendestunde – in der Zeile der ersten codierten Einheit – wird der eigene Nachname codiert.

Sender
Einmal pro Sendestunde – in der Zeile der ersten codierten Einheit – wird der Name des Senders codiert, der die Programmstunde ausstrahlt. Eine Liste aller Sender ist im Codier-Ordner abgeheftet.

Band-Identifikation
Einmal pro Sendestunde – in der Zeile der ersten codierten Einheit – wird in dieser Spalte die Zahlenkombination eingetragen, mit der die Kassette beschriftet ist, auf der sich die Sendestunde befindet, die gerade codiert wird. Beispiel: ‚11/7-8/1:02'.

Tag
Einmal pro Sendestunde – in der Zeile der ersten codierten Einheit – wird codiert, an welchem Tag die Sendung ausgestrahlt wurde. (Beispiel für Lokalfunk-Daten; für WDR-Daten entsprechend)
1 Montag, 8.1.
2 Dienstag, 9.1.
3 Mittwoch, 10.1.
4 Donnerstag, 11.1
5 Freitag, 12.1.
6 Samstag, 13.1.
7 Sonntag, 14.1.

Sendestunde
Einmal pro Sendestunde – in der Zeile der ersten codierten Einheit – wird codiert, zu welcher Uhrzeit die Sendung ausgestrahlt wurde. Beispiel: Beginnt die Sendestunde um 6 Uhr und dauert bis 7 Uhr wird ‚bis 7' codiert.

Laufzeit/Anfang (für alle codierten Einheiten)
Von jeder codierten Untersuchungseinheit wird die Laufzeit zu Beginn des Takes festgehalten, um die Einheit später auf den Bändern wiederfinden zu können. Der Anfang der Laufzeit wird nach folgendem Schema festgehalten: 00:09:30.

Laufzeit/Ende (für Beitragsarten 8 bis 25)
Bei den Beitragsarten 8 bis 25 (vgl. Variable 20, S. 213) wird zusätzlich auch das Ende der Laufzeit festgehalten: 00:09:30. Bei auffälligen Beiträgen der Arten 1 bis 7 wird das Ende der Laufzeit nicht festgehalten.

Sendungsart (für alle Beitragsarten, nur einmal pro Stunde codieren)
1 Morgenmagazin
Sendung wird morgens ausgestrahlt und ist inhaltlich auf das Sendegebiet zugeschnitten. Musik wechselt sich ab mit Wortbeiträgen, Moderationen oder Unterhaltungselementen, z.B. Ratespielen.
2 Mittagsmagazin
3 Musiksendung/Wunschkonzert (auch Mitschnitte von Konzerten)
4 Sportsendung (auch Übertragungen eines Sportereignisses)
5 Diskussionssendungen
6 Kindersendungen
7 sonstige Sendungsformen

1 Thema (für Beitragsarten 8 bis 26)
Für alle Wortbeiträge, Moderationen und Interviews wird das Hauptthema codiert. Es wird immer nur ein Thema codiert, in Zweifelsfällen dasjenige, das innerhalb der Einheit zeitlich den größten Raum einnimmt.

1 Politik
Unter diese Kategorie fallen alle Ereignisse, die sich dem politischen Bereich zuordnen lassen: von der Haushaltsdebatte im Gemeinderat bis zum Abkommen zwischen Israel und den Palästinensern. Beispiel: Haushaltslage von Bund, Ländern und Kommunen, Abfallwirtschaft, Planung, Ausländerpolitik, Asyl, politische Parteien, Kommunalpolitik, Innenpolitik, Beziehungen zwischen ausländischen Staaten, Außenpolitik der Bundesrepublik.

2 Wirtschaft

Geldpolitik, Subventionen, auch auf kommunaler Ebene; Wirtschaftsförderung; Entwicklung an der Börse; Tarifverhandlungen, Tarifverträge; Berichte über den beruflichen Werdegang von Menschen; Arbeitslosigkeit; allgemeine Berichte über Branchen. Unter diese Kategorie fällt auch ein Bericht über die betriebswirtschaftliche Situation eines einzelnen Unternehmens (Expansion, neue Produkte, etc.).

3 Umwelt und Soziales

Hierunter fallen Berichte über Einflussfaktoren auf menschliche Lebensqualität, die ökonomisch nur begrent erfassbar sind: die Sicherung der Lebensgrundlage, Gesundheit und soziale Sicherungssysteme. Codiert werden hier Berichte über Umweltschädigungen, Umwelttechnik, wissenschaftliche Entdeckungen, Umweltkatastrophen, Gesundheitspolitik, Krankenversicherung, medizinische Forschung, Rentenversicherung, Beitragsentwicklung in der GRV, private Altersvorsorge. Mieten und Mieterschutz, Armut/Wohlfahrt/Sozialhilfe, Schulen, Universitäten. Beispiele: 75 Prozent der Tannen in deutschen Wäldern sind krank. Immer mehr Menschen leiden unter Allergien. Rentenalter für Frauen wird heraufgesetzt. Achtung: Abgrenzung zu ‚25 Unfälle, Katastrophen': Um eine Umweltkatastrophe handelt es sich nur, wenn Menschen sie verursacht haben. Ein Vulkanausbruch würde also unter ‚25 Unfälle, Katastrophen' codiert.

4 Kultur/Freizeit

Berichte über alle Arten künstlerischen Schaffens, Museen, Kulturpolitik, Kulturgeschäft; Kirchen, Religionsgemeinschaften, religiöse Überzeugungen; Freizeitbeschäftigung, Spiele, Vereine (außer Sportvereinen), Unterhaltungsangebote. Beispiele: Neue Kleinkunstbühne im Stadtteil X eröffnet. Stadt streicht Subventionen für Theater. Kino-Museum in Köln eröffnet.

5 Buntes/human interest

Berichte über Stars, Affären, Gerüchte, das Privatleben von PolitikerInnen, besondere Schicksale einzelner Menschen, Sensationen, Kuriositäten. Beispiele: Harald Juhnke beginnt Entziehungskur, Roman Herzog kocht jeden Sonntag selbst.

6 Sport

Breitensport und Leistungssport in allen Ausprägungen, Sportpolitik, Sportsponsoring. Beispiele: TuS Wellinghofen schafft Aufstieg in die Basketball-Bezirksliga. Bayern München verpflichtet Jürgen Klinsmann.

7 Kriminalität/Katastrophen

Straftaten, Strafverfolgung, Strafjustiz, Opfer von Kriminalität. Verkehrsunfälle, Naturkatastrophen, technische Störfälle aller Art. Beispiele: Geiselnahme in Hagen. Bewährungsstrafe für Steuerbetrüger. Wetterprognosen, ungewöhnliche Wetterlagen (+20 Grad im Dezember).

8 Gleichstellungsrelevante Themen

8a Kindererziehung/Kinderbetreuung

Umgang mit Kindern, Probleme bei der Erziehung, Alleinerziehende, Kindergärten, Kindertagesstätten. Beispiele: Schule bietet Ganztagsbetreuung von Kindern an, Universität bekommt eigene Kindertagesstätte. Berichte über neue pädagogische Erkenntnisse.

8b Haushalt

Reproduzierende Tätigkeiten. Waschen, Einkaufen, Bügeln, Pflege von Angehörigen, Kochen.

8c Arbeitsverteilung im Haushalt

Berichte über Fragen, wer im Haushalt welche Arbeiten übernimmt. Beispiel: Laut Umfrage helfen Männer zwar ab und zu beim Einkaufen, aber nicht beim Putzen oder Wäscheaufhängen.

8d Partnerschaft/Liebe/Sexualität

Formen partnerschaftlichen Zusammenlebens (Ehe, gleichgeschlechtliche Beziehungen), Probleme in Partnerschaften. Beispiele: Eherecht wird entrümpelt. Immer mehr Ehen ohne Trauschein, Scheidungsrate konstant.

8e Gleichberechtigung/Gleichstellung/Feminismus/Emanzipation

Gleichstellungsdefizite oder Initiativen zu deren Überwindung werden direkt thematisiert. Es wird über die Aktivitäten der Frauenbewegung berichtet, über Frauengruppen, Frauenpolitik, die Geschichte der Frauenbewegung, Feminismus. Beispiele: Landesregierung verabschiedet Frauenförderplan. Frauenbeauftragte der Stadt zieht Bilanz ihrer Arbeit.

8f Mehrfachbelastung von Frauen

Probleme berufstätiger Frauen, Koordination von Beruf, Haushalt und Familie, Aufgabenteilung bei Haushaltsarbeit werden direkt thematisiert.

8g Abtreibung, Abtreibungsrechtsprechung

Schwangerschaftsabbruch, Indikationen, Beratungsstellen, Finanzierung von Abbrüchen, politische Entscheidungen zur Abtreibung.

8h Geburtenkontrolle

Empfängnisverhütung, Familienplanung (individuell), aber auch staatliche Bevölkerungspolitik. Beispiele: Konferenz von UNICEF über Wachstum der Weltbevölkerung. Gesundheitsamt gibt Broschüre für Jugendliche über Verhütungsmethoden heraus.

8i Gewalt gegen Frauen

Über einen Einzelfall hinaus wird über das Phänomen Gewalt gegen Frauen berichtet. Beispiele: Vergewaltigung in der Ehe, sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz.

9 Sonstiges

Alle Themen, die sich keiner anderen Kategorie zuordnen lassen.

2 Berichterstattungsraum (für Beitragsarten 8 bis 26; Fassung für die Lokalfunk-Daten)

1 Sendegebiet

Das Sendegebiet oder die nähere Umgebung des Sendegebietes ist Schauplatz des Ereignisses, über das berichtet wird, unabhängig davon, ob die AkteurInnen aus dem Sendegebiet stammen. Der lokale Bezug wird ebenfalls hergestellt, wenn erstens die Hauptakteure aus dem Sendegebiet stammen, obwohl das Ereignis woanders stattfindet (Gastspiel des Schultheaters in der Partnerstadt); wenn zweitens der Schauplatz außerhalb des Sendegebietes liegt und die Handelnden nicht aus dem Sendegebiet stammen, aber die Auswirkungen des Ereignisses speziell das Verbreitungsgebiet betreffen (US-Verteidigungsminister gibt in Washington Schließung eines Fliegerhorstes in der Eifel bekannt).

2 Nordrhein-Westfalen

Nordrhein-Westfalen ist Schauplatz des Ereignisses oder die AkteurInnen stammen aus Nordrhein-Westfalen oder es fällen Dritte Entscheidungen, die speziell für Nordrhein-Westfalen von Bedeutung sind bzw. deren allgemeine Auswirkungen Nordrhein-Westfalen besonders betreffen (z.B.: Kappung der Kohle-Subventionen durch die Bundesregierung).

3 Deutschland

Ereignisse, die in Deutschland stattfinden oder für ganz Deutschland von Bedeutung sind.

4 Ausland

Ereignisse, die in Europa oder in anderen Erdteilen stattfinden oder für diese von Bedeutung sind.

5 Sonstige Ereignisräume

Der Sachverhalt, ein Ereignis oder seine Auswirkungen lassen sich nicht klar einer der Kategorien zuordnen.

3.1 bis 12.1 Geschlecht der, JournalistenInnen, AkteurInnen und GesprächspartnerInnen (für Beitragsarten 8 bis 26)

In Spalte ‚3 Geschlecht JournalistIn I' wird das Geschlecht des Journalisten bzw. der Journalistin codiert, dessen/deren Stimme während der jeweiligen Einheit hauptsächlich bzw. zuerst zu hören ist. Sollte während einer Einheit ein zweiter Journalist bzw. eine zweite Journalistin auftauchen (hier keine O-Töne oder Ähnliches codieren), so wird das Geschlecht des/der zweiten zu hörenden JournalistIn in Spalte 4 festgehalten.
Für Spalten 5-8 gilt: Als Akteurinnen werden nur natürliche Personen codiert, jedoch keine juristischen Personen. Wenn zum Beispiel „die Staatsanwaltschaft" Anklage erhebt, gilt sie nicht als AkteurIn, wohl aber der „Sprecher der Staatsanwaltschaft", der diese Entscheidung verkündet. Gleiches gilt für „die CDU" und „die Frauen in der CDU" – Ersteres wird nicht codiert, Letzteres ja. Hier werden Personen codiert, die in der Berichterstattung oder in einem Interview erwähnt werden oder die in einem kurzen O-Ton zu Wort kommen – und zwar in der Reihenfolge ihres Auftretens –, nicht aber InterviewpartnerInnen (diese werden in den Spalten 9 bis 12 als ‚GesprächspartnerInnen' codiert).

1 männlich

2 weiblich

3 weibliche Kunstfigur

Die Akteurin existiert nicht als wirkliche Person, sondern als Figur einer fiktiven Handlung, zum Beispiel in einem Hörspiel oder in einer Glosse, in der die beteiligten JournalistenInnen eine Lebenssituation nachstellen.

4 männliche Kunstfigur

dto.

5 Kollektivakteur/in, weiblich

Eine Gruppe von Frauen taucht als Akteurin auf, zum Beispiel „die Haribo-Arbeiterinnen".

6 Kollektivakteur/in, männlich

Eine Gruppe von Männern taucht als Akteur auf, zum Beispiel „die Schüler eines Priesterseminars".

7 Kollektivakteur/in, heterogen

Eine Gruppe natürlicher Personen unterschiedlichen Geschlechts taucht als Akteurin auf, zum Beispiel „die Mitglieder des SPD-Ortsvereins". Mitmeinende Sprache ist nach den Ergebnissen des Pretests in der Radio-Berichterstattung der Normalfall, das heißt: Heterogene Gruppen werden häufig nur mit der männlichen Form beschrieben. Beispiel: „Die Studenten" statt „die Studentinnen und Studenten". Nomalerweise wird man in all den Fällen, in denen man weiß, dass dieser Gruppe auch Frauen angehören, die Gruppe als heterogene Kollektivakteurin codieren. In der Spalte ‚Sprache des/der JournalistenIn' muss in diesem Fall ‚mitmeinende Sprache' codiert werden. Dies gilt nicht in den Fällen, in denen der Gruppe gar keine Frauen angehören können. Beispiele: die Soldaten des Pionierbatallions III, die katholischen Bischöfe.

8 es taucht kein/e AkteurIn auf

9 nicht feststellbar

Bei Journalist/innen (Spalte 3,4) und Gesprächspartner/innen (Spalten 9.1 bis 12.1) gibt natürlich keine Kunstfiguren und KollekivakteurInnen. Deshalb ist dort die Kategorie Nummer 3 bereits die Kategoerie ‚nicht feststellbar'.

5.2 bis 12.2 Status der AkteurInnen bzw. GesprächspartnerInnen (für Beitragsarten 8 bis 26)

1 PolitikerInnen, ParteienvertreterInnen

Vorsicht bei MultifunktionärInnen: Immer die Funktion kodieren, in der die Person in dem Beitrag hauptsächlich auftritt. Auf dem DFB-Verbandstag wäre demnach Ger-

hard Mayer-Vorfelder in erster Linie Präsident des VfB Stuttgart und nicht Finanzminister des Landes Baden-Württemberg. Frauenpolitikerinnen in Parteien werden gesondert codiert.

2 VertreterInnen staatlicher Organisationen und Institutionen
Alle Personen aus dem Bereich der Exekutive, vom Hausmeister des städtischen Jugendzentrums bis zum Abteilungsleiter im Verteidigungsministerium. Unter diese Kategorie fallen auch Zivildienstleistende, Soldaten, Polizisten, Feuerwehrleute oder die Belegschaft einer Rettungswache. StaatssekretärInnen, DezernentInnen und StadtdirektorInnen werden als politische Beamte der Kategorie ‚1 PolitikerInnen' zugeschlagen.

3 ArbeitnehmervertreterInnen
GewerkschaftsfunktionärInnen, Betriebsratsmitglieder etc. Auch Personen aus dem Bereich staatlicher Organisationen können hier auftauchen, wenn sie eine entsprechende Position haben. Beispiel: Der Bezirksvorsitzende der Gewerkschaft der Polizei.

4 ArbeitgebervertreterInnen
VertreterInnen einzelner Unternehmen, aber auch VertreterInnen der Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsverbände, wenn sie nicht als Lobbyisten für ihre Branche aufreten, sondern in Zusammenhang mit Tarifverhandlungen oder sonstigen Themen aus dem Bereich der Arbeitswelt.

5 VertreterInnen von sozialen Organisationen und Wohlfahrtsverbänden
Rotes Kreuz, AWO, Caritas, Diakonie

6 VertreterInnen von Bürgerinitiativen und Nicht-Regierungsorganisationen
lokale BIs, Selbsthilfegruppen, Umweltverbände

7 Frauenpolitikerin in einer Partei
Beispiele: Mitglied der Frauenunion, Mitglied der Arbeitsgemeinschaft sozialdemokratischer Frauen.

8 Vertreterin eines Frauenverbandes bzw. einer Frauengruppe in einem Verband
Beispiele: Hausfrauenverband, Frauenrat NRW, Frauen in der evangelischen Kirche, AG Frauenarbeitslosigkeit im Deutschen Arbeitslosenverband.

9 Vertreterin einer autonomen/feministischen Frauengruppe
Häufig werden die Wörter „autonom" oder „feministisch" schon im Namen der Gruppe auftauchen, der die Akteurin angehört. Auch wenn das Wort „Netzwerk" im Gruppentitel auftaucht, kann man von einem feministischen Hintergrund ausgehen. Für eine autonome Gruppe spricht ebenfalls, wenn sie sich inhaltlich mit (sexueller) Gewalt gegen Frauen und Mädchen auseinander setzt, mit Prostitution, oder wenn es sich um eine Lesbengruppe handelt. Im Zweifelsfall die Akteurin als ‚8 Vertreterin eines Frauenverbandes' codieren.

10 VertreterInnen sonstiger Interessenverbände
Beispiele: Bauernverband, Verband der Postbenutzer etc., keine Bürgerinitiativen, die unter ‚6 Vertreter/innen von Bürgerinitiativen'

11 ExpertInnen, die nicht als VertreterInnen einer Institution/Organisation auftauchen
RechtsanwältInnen, WissenschaftlerInnen, niedergelassene ÄrztInnen, UnternehmensberaterInnen

12 KirchenvertreterInnen
Bischöfe, PastorInnen, Mitglieder von Laienorganisationen (Pfadfinder, CVJM, Kolping etc.)

13 VereinsvertreterInnen
FunktionärInnen des ‚klassischen' Vereinsspektrums vom Sport- bis zum Trachtenverein

14 Prominente außerhalb des politischen Bereiches
SchauspielerInnen, SängerInnen, SpitzensportlerInnen, Adelige

15 Menschen als ArbeitnehmerInnen
alle, die als Berufstätige auftauchen; keine GewerkschaftsfunktionärInnen oder Betriebsratsmitglieder (die unter ‚3 ArbeitnehmervertreterInnen')

16 Menschen als SportlerInnen
keine SpitzensportlerInnen (die unter ‚14 Prominente'), keine FunktionärInnen (die unter ‚13 VereinsvertreterInnen')

17 Einfache BürgerInnen
Keine FunktionsträgerInnen. Beispiele: Mutter, die keinen Kindergartenplatz bekommt. Publikum bei einem Fußballspiel. Opfer eines Verkehrsunfalls

18 Kinder, Jugendliche

19 Menschen aus Randgruppen
Flüchtlinge, Obdachlose, Drogenabhängige, AusländerInnen

20 Sonstige
AkteurInnen, deren gesellschaftlicher Status sich entweder nicht einer der anderen Kategorien zuordnen lässt oder aus dem Beitrag nicht hervorgeht.

5.3 bis 8.3 Positionen (für Beitragsarten 8 bis 26)
Diese Spalte dient der detaillierten Erfassung von vorhandenen Geschlechtsrollenstereotypen und alternativen Rollenbildern. Es wird jeweils die Position codiert, in der die Person in der laufenden Einheit hauptsächlich auftritt. Viele Personen, über die berichtet wird, werden überhaupt nicht in einer bestimmten Position dargestellt. In diesem Fall ‚1 AkteurIn nimmt keine der genannten Positionen ein' codieren.

1 AkteurIn nimmt keine der genannten Positionen ein
Es ist nicht entscheidbar, in welcher Position der/die AkteurIn vorwiegend beschrieben wird oder sich selbst beschreibt, er/sie nimmt keine der weiter unten genannten Rollen ein.

2 Opfer
Mann oder Frau tauchen als Opfer von (sexueller) Gewalt, Unfällen, Katastrophen oder politischer Verfolgung auf.

3 GewalttäterIn
Mann/Frau kommen als MörderInnen, RäuberInnen, Vergewaltiger, sonstige GewalttäterInnen vor.

4 politisch Uninteressierte/r
Frauen und Männer, die Aussagen zu politischem Geschehen ablehnen, nicht am politischen Leben teilhaben, sich nicht für kompetent genug halten, politische Aussagen bzw. Entscheidungen zu treffen.

5 sozial engagiert / ehrenamtlich tätig
Frauen oder Männer erscheinen im Beitrag als zum Wohle anderer tätige Personen: als Rotkreuz-HelferInnen (nicht hauptberufliche RettungssanitäterInnen!), als HelferIn hinter der Kuchentheke beim Schulfest, auf dem Basar der Rotarier-Gattinnen.

6 EhepartnerIn/‚Anhängsel'
AkteurIn taucht in dem Beitrag ausschließlich deswegen auf, weil er/sie mit einer anderen Person verheiratet, liiert ist: Hannelore Kohl ist beim Händeschütteln mit ausländischen DiplomatInnen dabei; Liz Taylor tritt in einer AIDS-Gala auf, Larry Fortensky ist dabei (nicht: Fortensky will bei der Scheidung soundsoviel Millionen ‚Abfindung' von Taylor).

7 Elternrolle schlecht erfüllt
Personen, die ihre Rolle als Eltern/Erziehungsberechtigte nicht den gesellschaftlichen Normen entsprechend ausfüllen, bspw. Personen, die Fehler in der Erziehung machen; auch Personen, die ihre Kinder misshandeln.

8 zufriedenes Lustobjekt

Darstellung von Mann oder Frau beschränkt sich weitgehend auf Körperlichkeit; Person steht nicht in einem themengebundenen Zusammenhang, oder aber die Inszenierung als Lustobjekt ist selbst das Thema, bspw. bei Berichterstattung über einen Auftritt der California Dream Boys; zusätzlich äußert sich AkteurIn positiv über diese Rolle als Lustobjekt, bspw. Porno-Darstellerin, die sagt: „Ich genieße es, dass mich alle Männer sexy finden!"

9 unzufriedenes Lustobjekt

s.o.; zusätzlich äußert sich AkteurIn negativ über diese Rolle als Lustobjekt, lehnt diese Rolle ab; bspw. ehemalige Porno-Darstellerin, die sagt: „Ich will nicht, dass immer nur meine Porno-Karriere im Vordergrund steht."

10 Lustobjekt

s.o.; keine Bewertung

11 beruflich erfolgreiche Person, zufrieden

AkteurIn, der/die Karriere gemacht hat, eine Führungsposition bekleidet, viel Geld verdient etc., und mit dieser Position sehr zufrieden ist, sich positiv über den Verlauf der Karriere äußert, keine negativen Begleitumstände schildert, willens ist, diese Karriere fortzusetzen (auch einen Manager, der sich über ein einzelnes negatives Ereignis im Verlauf seiner Karriere beklagt, bspw. weil eine andere Person befördert wurde, aber ansonsten ein ungebrochenes Verhältnis zu dieser Karriere hat).

12 beruflich erfolgreiche Person, kritisch

s.o.; AkteurIn, der/die sich aber negativ über diese Rolle äußert, den Sinn einer Karriere in Zweifel zieht, Opfer beklagt, die in anderen Lebensbereichen zu bringen sind, Methoden kritisiert, die beim Verfolgen der Karriere eingesetzt wurden und negative Folgen für andere nach sich ziehen (nicht einen Manager, der sich über ein einzelnes negatives Ereignis im Verlauf seiner Karriere beklagt, bspw. weil eine andere Person befördert wurde).

13 beruflich erfolgreiche Person

AkteurIn, der/die Karriere gemacht hat, eine Führungsposition bekleidet, viel Geld verdient etc.

14 Single, zufrieden

AkteurIn, der/die nicht in einer Partnerschaft lebt, nicht verheiratet ist, und dies positiv bewertet, bspw. Person, die ihr Single-Dasein als „Freiheit" bezeichnet, Familienzusammenhänge als negativ, einengend kritisiert.

15 Single, unzufrieden

AkteurIn, der/die nicht in einer Partnerschaft lebt, nicht verheiratet ist, aber eine Beziehung, Partnerschaft, Ehe anstrebt, lieber eine Familie hätte.

16 Single

AkteurIn, der/die nicht in einer Partnerschaft lebt, nicht verheiratet ist.

17 Alleinerziehende/r, zufrieden

AkteurIn, der/die ohne PartnerIn Kinder erzieht, mit Kindern zusammenlebt, dies explizit positiv bewertet, die Abwesenheit des anderen Elternteils nicht als ‚Fehlen' empfindet (auch Alleinerziehende/r, der/die sich positiv über diese Position äußert, aber aufgrund eines Einzelfalls bspw. über das Verhalten eines Kindes klagt).

18 Alleinerziehende/r, unzufrieden

AkteurIn, die ohne PartnerIn Kinder erzieht, mit Kindern zusammenlebt, dies aber negativ bewertet, lieber eine Familie hätte, das Fehlen von Vater/Mutter für die Kinder beklagt (nicht Alleinerziehende/r, der/die sich positiv über diese Position äußert, aber aufgrund eines Einzelfalls bspw. über das Verhalten eines Kindes klagt).

19 Alleinerziehender

AkteurIn, die ohne PartnerIn Kinder erzieht, mit Kindern zusammenlebt.

20 Hausfrau, zufrieden

Frau, die nicht erwerbstätig ist, sondern einen (Familien-)Haushalt führt, ggf. für Kinderbetreuung zuständig ist, und mit dieser Position zufrieden ist, sich positiv über ihre Tätigkeit äußert (auch hier codieren: Frau, die sich zum einen positiv zu ihrem Hausfrau-Sein äußert, zum anderen kurzfristige Kritik übt: „Ich bin viel lieber Hausfrau als arbeiten zu gehen. … Kaum hatte ich die Treppe gewischt, kam der Hund von draußen und saute alles voll.“).

21 Hausfrau, kritisch

Frau, die nicht erwerbstätig ist, sondern einen (Familien-)Haushalt führt, ggf. für Kinderbetreuung zuständig ist, und sich kritisch über diese Rolle äußert: bspw. dass ihr durch Ausscheiden aus dem Beruf Chancen verbaut wären, dass Hausarbeit gesellschaftlich nicht genügend anerkannt sei.

22 Hausfrau

Frau, die nicht erwerbstätig ist, sondern einen Familienhaushalt führt und für Kinderbetreuung zuständig ist.

23 Mutter, zufrieden

Frau, die in ihrer Rolle als Mutter zufrieden ist, ihre Position positiv beurteilt, in der Betreuung und Erziehung ihrer Kinder aufzugehen scheint (auch Mutter, die sich positiv über ihre Mutterrolle äußert, aber aufgrund eines Einzelfalls bspw. über das Verhalten eines Kindes klagt).

24 Mutter, kritisch

Frau, die sich kritisch über ihre Rolle als Mutter äußert, ihre Position negativ beurteilt, über mangelhafte Verteilung der Betreuung und Erziehung ihrer Kinder in der Partnerschaft klagt.

25 Mutter

Frau, auf deren Mutterschaft verwiesen wird, oder die gemeinsam mit ihren Kindern vorkommt.

26 Mann als ‚Patriarch'

Übernimmt nur in geringem Umfang Arbeiten im Haushalt oder bei der Kinderbetreuung; bestimmt, wann und wohin die Familie umzieht; trifft Entscheidungen, die die ganze Familie betreffen, bspw. über Urlaubsziele, Kaufentscheidungen etc.

27 Mann als ‚partnerschaftlicher Mann'

Mann, der auf seine eigene Karriere (zumindest teilweise) verzichtet zugunsten der Partnerin, räumlich mobil ist, wenn es der Beruf der Partnerin erfordert; zur Teilzeitarbeit bereit ist, um sich die Kinderbetreuung mit der Partnerin zu teilen; der männliche Privilegien ‚abgibt' zugunsten seiner Partnerin.

28 Hausmann, unzufrieden

Mann, der nicht erwerbstätig ist, sondern einen Familienhaushalt führt und für Kinderbetreuung zuständig ist (nicht ein Arbeitsloser, der allein wohnt und insofern natürlich auch für seinen Haushalt zuständig ist), mit dieser Rolle aber erkennbar unzufrieden ist: bspw. indem er darauf verweist, dass die Frau mehr Geld verdiene und er ausschließlich deswegen Hausmann sei, bspw. indem er sagt, die Hausarbeit fülle ihn nicht aus etc.

29 Hausmann

Mann, der nicht erwerbstätig ist, sondern einen Familienhaushalt führt und für Kinderbetreuung zuständig ist.

30 ‚aktiver Vater'

Vater, der sich für seine Kinder viel Zeit nimmt, an ihrer Erziehung aktiv teilnehmen will, mit den Kindern etwas unternimmt, evt. Aussagen zu pädagogischen Konzepten macht (nicht Vater, der über schlechte Schulnoten meckert; der wird unter ‚31 Vater' codiert).

31 Vater

Männer, auf deren Vaterschaft verwiesen wird, oder die gemeinsam mit ihren Kindern vorkommen.

5.4 bis 8.4 Wertung durch JournalistIn (für Beitragsarten 8 bis 26)

Wenn eine AkteurIn in einem Beitrag in einer bestimmten Position gezeigt wird, hier codieren, ob bzw. welche Wertung der/die JournalistIn in Bezug auf diese Position äußert. Wenn AkteurInnen unter ‚1 AkteurIn nimmt keine der genannten Positionen ein' codiert worden sind, dann hier immer ‚4 JournalistIn wertet nicht' wählen.

1 affirmative/positive Aussagen zu einer Position

Ein/e AkteurIn wird in einer bestimmten Position dargestellt, im Beitrag wird positiv bewertet, dass er/sie diese Position einnimmt. Kommen zur positiven Aussage auch hämische, spöttische oder andere abwertende Äußerungen hinzu wird die Wertung als ‚3 abqualifizierende Aussage' codiert.

2 sachlich-kritische Aussagen

Position und deren Notwendigkeit werden thematisiert und mit sachlichen Argumenten in Frage gestellt. Wird unsachlich oder polemisch argumentiert, fällt dies unter die Kategorie ‚3 abqualifizierende Aussagen'.

3 abqualifizierende Aussagen

Über AkteurIn in einer Position wird in abwertender, unsachlicher oder polemischer Weise berichtet.

4 JournalistIn wertet nicht

AkteurIn wird in einer Rolle dargestellt, ohne dass der/die JournalistIn das in irgendeiner Form bewerten würde, indem er/sie sich zu dieser Rolle überhaupt nicht äußert oder zum Beispiel sagt: „Das bewerte ich nicht."

5 zur Geschlechtsrolle wird in sonstiger Art und Weise Stellung genommen

5.5 bis 8.5 Aktivität (für Beitragsarten 8 bis 26)

1 wird erwähnt

Über eine/n AkteurIn wird nur berichtet, er/sie kommt nicht zu Wort.

2 kommt zu Wort

Die Aussage einer AkteurIn taucht als O-Ton im Beitrag auf, ohne dass sie direkt in die Handlung einbezogen ist, über die in dem Beitrag hauptsächlich berichtet wird. Beispiel: In einem Beitrag über eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes wird der O-Ton einer PolitikerIn eingespielt, die das Urteil kommentiert, ohne an der Verhandlung beteiligt gewesen zu sein.

3 wird erwähnt und kommt zu Wort

Das ist der nach den Pretesterfahrungen der Normalfall, ‚2' ist eher eine Ausnahme.

5.6 bis 8.6, 9.4 bis 12.4, 15, 17 Sprache (Mehrfachnennungen möglich; für Beitragsarten 8 bis 26)

Bei den AkteurInnen (Spalten 5.6 bis 8.6) wird die Sprache nur dann erfasst, wenn sie in einem O-Ton zu Wort kommen (das heißt, wenn in den Spalten ‚5.5 bis 8.5 Aktivität' ‚2 kommt zu Wort' oder ‚3 beides' codiert wurde). Das Sprachverhalten der JournalistIn wird in den Spalten 15 und 17 codiert – und zwar bei allen detalliert codierten Wortbeiträgen. Ausschließlich bei den Beitragsarten 11 bis 13 wird zusätzlich das Sprachverhalten der GesprächspartnerInnen codiert.

Mitmeinende Sprache

Für eine Gruppe, die aus Frauen und Männern besteht, wird nur die männliche Form verwendet. Beispiele: Die Schüler, die Studenten, die Arbeitnehmer, die Unternehmer.

1 ja

2 nein

Explizit symmetrische Sprache
Frauen werden ausdrücklich mit erwähnt, auch wenn es sich nicht um klar abgrenzbare Personengruppen handelt, z.B. „Bürgerinnen und Bürger".
1 ja
2 nein

Offen sexistische bzw. frauenfeindliche Sprache
Über Frauen wird herablassend und abwertend berichtet:
- zur Bezeichnung von Frauen wird auf Begriffe aus der Tierwelt zurückgegriffen: bspw. ‚Renn-Miezen' statt Rennfahrerinnen; auf vergleichbarer Ebene: ‚Jung-Amazonen' statt Reiterinnen;
- erwachsene Frauen bleiben Mädchen – das ist zum einen manchmal in der Sportberichterstattung der Fall: ‚unsere Gold-Mädchen'; es trifft aber auch andere: Beispielsweise werden über 70 Jahre alte Frauen, die auf einem Wochenmarkt Gemüse verkaufen, als ‚Marktmädchen' bezeichnet;
- Frauen werden auf körperliche Aspekte reduziert, es werden sexuelle Anspielungen gemacht: „Frau Meier, wenn Ihre Konzentration so kurz ist wie Ihr Rock, sehe ich für Sie in meinem Betrieb keine Zukunft." (Aus einem Lokalfunk-Beitrag über Mobbing.) Ebenfalls Reduktion auf (unwesentliche) körperliche Eigenschaften: eine 100-Meter-Läuferin als ‚unser kleiner blonder Feger' zu bezeichnen;
- Frauen werden auf vermeintlich weibliche Eigenschaften bzw. Fähigkeiten reduziert: Eine berufstätige Frau wird als „zarte, kleine Dame" beschrieben, die sich „trotzdem" in ihrem Job durchsetzen konnte;
- Frauen, die sich frauenpolitisch äußern, sich für Gleichberechtigung einsetzen, sich in Frauennetzwerken oder für Frauen engagieren, oder in anderer Art und Weise nicht gesellschaftlichen Normen entsprechen (bspw. Singles oder Lesben sind), werden mit abwertenden Attributen belegt: ‚frustrierte Emanze', ‚alte Jungfer' o.ä.

1 ja
2 nein

Unterschwellig bzw. implizit sexistische Sprache
- Die männliche Form gilt als Norm, tauchen Frauen auf, werden Zusatzbezeichnungen gewählt, z.B. ‚Tennis' und ‚Damen-Tennis'. Weiteres Beispiel: In einem Beitrag geht es um Codewörter, die „die Deutschen" sich für ihre Geheimkonten u.Ä. aussuchen. Der Beitrag endet mit dem Satz: „Es muss ja nicht immer der Name der Gattin sein." Damit wird deutlich: Mit „die Deutschen" waren ausschließlich männliche Bankkunden gemeint; weibliche Bankkunden erscheinen als Sonderfall.
- Straftaten gegen Frauen oder die Täter selbst werden mit verharmlosenden Begriffen belegt, kommt häufig im Zusammenhang mit Sexualdelikten vor: Vergewaltiger werden als „Sex-Gangster", „Lüstlinge" oder „Sittenstrolche" bezeichnet, die Taten als „Sexspiele" oder „Sittlichkeitsverbrechen".
- Angela Merkel und Theo Waigel tauchen in einem Nachrichtenbeitrag auf. Der Finanzminister wird nach der ersten Nennung als „Waigel" bezeichnet; die Umweltministerin als „Frau Merkel". Hiermit wird ausgedrückt, dass der Normalfall der männliche Minister ist.
- Frauen werden nur mit dem Vornamen bezeichnet, Männer mit ihrem vollen Namen: „Linda ist Sekretärin bei Friedrich Schmidt."
- Frauen werden weniger inhaltlich (also in Bezug zum Thema des Beitrags), sondern mit Blick auf Äußerlichkeiten beschrieben: Politikerin xy „trug ein auffällig grünes Kostüm" – natürlich ist dieselbe Aussage nicht sexistisch, wenn es in dem Beitrag um die Kleidung von PolitikerInnen gehen sollte.

1 ja
2 nein

Kritik an sexistischer Sprache
Der/die JournalistIn/AkteurIn/GesprächspartnerIn nimmt kritisch zu sexistischen, frauenfeindlichen Äußerungen Stellung.
1 ja
2 nein

5.7 bis 12.7 Stellung zur Gleichberechtigung (für Beitragsarten 8 bis 26)

1 AkteurIn/GesprächspartnerIn ist für Gleichberechtigung

Person wird so dargestellt, dass sie die Gleichberechtigung von Frau und Mann ernst nimmt und umsetzt. Das kann zum einen dadurch geschehen, dass die AkteurIn/GesprächspartnerIn sich positiv zu Fragen der Gleichberechtigung äußert, zum anderen dadurch, dass ihr Verhalten Gleichstellung fördert.

2 AkteurIn/GesprächspartnerIn ist gegen Gleichberechtigung

Person äußert sich explizit negativ zu Fragen der Gleichberechtigung, eine Aussage der AkteurIn/GesprächspartnerIn gegen Gleichberechtigung wird zitiert, ihr im Beitrag beschriebenes Handeln entspricht nicht den Zielen der Gleichberechtigung.

3 gleichgültig/nicht feststellbar/kommt nicht vor

Person äußert sich gleichgültig zu Fragen der Gleichberechtigung. AkteurIn äußert sich überhaupt nicht zu Fragen der Gleichberechtigung. Person handelt in einem Kontext, in dem Gleichberechtigung keine Rolle spielt, ihr Handeln ist weder besonders gleichstellungsfördernd noch -schädlich.

9.3 bis 12.3 Art der GesprächspartnerIn (für Beitragsarten 11 bis 13)

Wenn keine GesprächspartnerInnen vorkommen, bleibt diese Spalte offen.

1 HörerIn
2 eingeladene/r GesprächspartnerIn, TelefoninterviewpartnerIn
3 Sonstiges

Kommunikationsverhalten (für Beitragsarten 11 bis 13)

Das Kommunikationsverhalten wird mit Hilfe von zwei Kern-Merkmalen beschrieben.

9.5 bis 12.5, 16.1, 18.1 Unterbrechen

1 unterbricht stark
2 unterbricht nicht
3 lässt sich nicht beurteilen

9.6. bis 12.6, 16.2, 18.2 Unterbrechen lassen

1 lässt sich häufig unterbrechen
2 lässt sich nicht unterbrechen
3 lässt sich nicht beurteilen

14 geschlechtsbewusste Perspektive (für Beitragsarten 8 bis 26)

1 ja

Unterschiedliche Konsequenzen eines Ereignisses oder Sachverhaltes für Frauen und Männer werden thematisiert. Beispiele: Die Arbeitslosenquote in den neuen Bundesländern ist 1995 um zwei Prozentpunkte gestiegen. Im Bericht über dieses Ereignis erwähnt der Journalist, dass der Anstieg unter den Frauen überproportional hoch war, die Quote bei den Männern hingegen weitgehend konstant geblieben ist.

2 nein

Ein Sachverhalt oder ein Ereignis wird ohne besondere Berücksichtigung von unterschiedlichen Konsequenzen für Frauen und Männer dargestellt.

3 Lässt sich nicht beurteilen

19 Form der HörerInnen-Beteiligung (für Beitragsarten 9 bis 13, 26)

1 keine HörerInnen-Beteiligung

2 HörerInnen tragen Musikwünsche etc. vor

HörerInnen tragen Musik-, Kontakt- oder andere Wünsche vor, Grüße oder kurze Statements

3 ModeratorIn trägt HörerInnenwunsch vor

4 HörerInnen können Sendung inhaltlich mit beeinflussen

HörerInnen können – zum Beispiel durch einen Anruf in die Sendung – entscheiden, über welches Thema berichtet wird, welche/r ExperteIn befragt wird etc.

5 Sonstige Formen

20 Beitragsart (für alle Beitragsarten)

1 Werbung

Beiträge, in denen Waren, Dienstleistungen oder andere Angebote angepriesen werden. Unabhängig davon, ob der Beitrag durch einen Jingle vom anderen Programm getrennt ist oder wer den Beitrag spricht. Werbung wird nur dann codiert, wenn sie im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

2 Promotion

Es wird eine Veranstaltung angekündigt, die vom Sender (mit-)veranstaltet wird oder auf ein Produkt oder eine Dienstleistung hingewiesen, an denen der Sender beteiligt ist. Promotion wird nur dann codiert, wenn sie im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

3 Jingle

Erkennungszeichen für einen Sender, eine Sendung oder ein Sendungselement. Beispiel: „Eins Live macht hörig." Ein Jingle wird nur dann codiert, wenn er im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

4 Programmtrailer

In einem kurzen Spot wird auf eine Sendung des Radios hingewiesen, die zu einem späteren Zeitpunkt ausgestrahlt wird. Beispiel: „Gleich um 21 Uhr hören Sie wieder ‚Soundcheck Classics' mit Hans Meier am Mikrofon!" Ein Programmtrailer wird nur dann codiert, wenn er im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

5 Verkehrshinweis

Ein Verkehrshinweis wird nur dann codiert, wenn er im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

6 Wettermeldung

Eine Wettermeldung wird nur dann codiert, wenn sie im Sinn der Untersuchungsfrage auffällig ist, bspw. sexistisch (siehe allgemeine Codieranweisungen).

7 An-/Abmoderation Musik

8 An-/Abmoderation Beitrag

9 Spielmoderation

ModeratorIn leitet ein Quiz oder andere Spielformen mit Hörerbeteiligung.

10 Sonstige Moderationstexte

11 Studiogespräch

ModeratorIn unterhält sich mit Gästen im Studio.

12 Telefongespräch

ModeratorIn interviewt GesprächspartnerIn telefonisch.

13 Journalistisches Interview

Es wird ein Inteview eingespielt, das ein/e JournalistIn mit einem/r GesprächspartnerIn führt.

14 KorrespondentInnen-Interview

Der/die ModeratorIn interviewt eine/n JournalistenIn zu einem bestimmten Thema.

15 Anreißer

In einem Leadsatz werden die wichtigsten Fakten über ein Ereignis vermittelt und dann zu einem Beitrag übergeleitet, der detaillierter über das Ereignis berichtet. Dieses

Element wird nur in den Nachrichten verwendet (in erster Linie in denen zur vollen Stunde).

16 KorrespondentInnenbeitrag
Innerhalb des Nachrichtenblockes berichtet ein/e KorrespondentIn vom Schauplatz des Ereignisses.

17 Nachricht, Meldung
Ein Sachverhalt oder ein Ereignis wird in wenigen Sätzen in seinen wichtigsten Dimensionen neutral dargestellt. In der Regel werden nur die W-Fragen wer, was, wann, wie, wo, warum und welche Quelle beantwortet.

18 Bericht
Ein Sachverhalt wird neutral dargestellt. Von der Nachricht unterscheidet sich ein Bericht durch mehr Detail- und Hintergrundinformationen. Zusammenhänge werden aufgezeigt.

19 Feature/Reportage
Ein Ereignis oder Sachverhalt wird in einem Erlebnisbericht ganz aus eigener Anschauung der AutorIn des Beitrages geschildert oder enthält zumindest einige subjektiv schildernde Elemente.

20 Veranstaltungshinweis
Dem Publikum werden Empfehlungen für die Planung und Gestaltung des Alltags gegeben.

21 Kommentar
Explizit gekennzeichneter Meinungsbeitrag, egal zu welchem Thema.

22 Glosse/Satire
Ein Sachverhalt oder Ereignis wird ironisierend kommentiert.

23 Porträt
Im Mittelpunkt des Beitrages steht allein eine Person oder klar abgrenzbare Personengruppe.

24 Dokumentation
Ein Ereignis (Rede, Debatte, etc) wird (nahezu) kommentarlos übertragen.

25 Beitragsfortsetzung
Hier werden Beiträge kodiert, die durch Trailer, Jingles, Musik oder Ähnliches unterbrochen werden, die in ihren thematischen Bezügen aber über diese Unterbrechungen eng aneinander anknüpfen.

26 Sonstige Beitragsformen

21 Präsentationsform (für Beitragsarten 8 bis 25)

1 Vortragen
JournalistIn trägt den Beitrag vor, hier auch Studiogespräche codieren.

2 Eingespielte, gebaute Beiträge

3 Außenübertragung
Hier gegebenenfalls auch Telefoninterviews und Korrespondeteninterviews codieren.

4 Sonstige Formen

22 Gesamteindruck – Haltung zur Gleichberechtigung (für Beitragsarten 8 bis 25)
Mit Hilfe dieser Variable wird codiert, inwieweit sich die Gesamtaussage des Beitrages im Einklang mit dem Programmauftrag befindet, die Gleichstellung von Frau und Mann zu fördern.
1 pro
In der Gesamttendenz spricht sich der Beitrag für die Gleichberechtigung von Frauen und Männern aus.

2 contra

In der Gesamttendenz spricht sich der Beitrag gegen die Gleichberechtigung von Frauen und Männern aus.

3 neutral/keine eindeutige Aussage

Der Beitrag spricht sich weder für noch gegen Gleichberechtigung aus; die Tendenz der Ausssage ist nicht feststellbar; eine Aussage, die sich in irgendeiner Weise auf Gleichberechtigung bezieht, kommt nicht vor.

23 Wiedervorlage (für alle Beitragsarten)

Die Spalte ‚Wiedervorlage' dient der Kennzeichnung von – im Sinne der Untersuchungsfrage – auffälligen, beispielsweise sexistischen Beiträgen, egal welcher Art. Positive oder negative Beispiele werden dann in einem späteren Arbeitsschritt noch einmal gesondert überprüft. Das gilt auch für nicht weitergehend erfasste Einheiten, zum Beispiel einen klischeehaft gemachten Werbespot oder einen Jingle. Weitere Beispiele: In einem Beitrag wird sehr differenziert darüber berichtet, warum Frauen es schwer haben, eine bestimmte Karrierestufe zu erreichen. In einem Studiogespräch macht der Moderator eine Hörerin nieder.

1 positiv auffällig

in Zweifelsfällen, oder wenn dem/der CodiererIn irgendetwas an einem Beitrag auffällt, was für die Untersuchungsfrage im positiven Sinn wichtig sein könnte, vom Kategoriensystem aber nicht erfasst wird.

2 negativ auffällig

in Zweifelsfällen, oder wenn dem/der CodiererIn irgendetwas an einem Beitrag auffällt, was für die Untersuchungsfrage im negativen Sinn wichtig sein könnte, vom Kategoriensystem aber nicht erfasst wird.

3 nicht auffällig

Variablen, die sich auf die komplette Sendung beziehen

1 CodiererIn (s.o.)

2 Sender (s.o.)

3 Sendedatum (s.o.)

4 Sendungsart (s.o.)

5 Geschlecht der/des Moderatorin

1 weiblich
2 männlich
3 Doppelmoderation (zwei Frauen)
4 Doppelmoderation (Frau/Mann)
5 Doppelmoderation (zwei Männer)

6 Moderationsanmutung

1 PlaudererIn

Die PlaudererIn zeichnet sich durch eine besonders freundliche Publikumsansprache aus. In ihren Moderationen äußert sie sich launig auch zu unwichtigeren Themen und Alltagsbegebenheiten – durchaus auch in der Länge eines Wortbeitrags.

2 Trockene/r AnsagerIn

Eine trockene Moderation verzichtet auf Effekte, der/die Moderatorin kündigt nüchtern Beiträge oder Musik an. Es werden kaum Jingles eingesetzt.

3 Dynamische Moderation

Indikatoren für eine dynamische Moderation sind viele Musikunterlegungen, Sound-Einspielungen, Ramp-Talks (Moderator spricht in die anlaufende Musik hinein) oder Sprecherwechsel. Außerdem viele, dafür aber kurze Auftritte der ModeratorIn.

7 Publikumsansprache

1 förmlich

„Sie“, höfliche Gruppenanreden, z.B. „Liebe Hörer“, „sehr verehrte Damen und Herren“

2 leger

„Du“ oder „ihr“, legere Gruppenanreden, z.B. „Hallo, Leute“

3 beides

Sowohl förmliche als auch legere Elemente

4 keine Publikumsansprache

II Codebuch für die Inhaltsanalyse der Werbespots

1 Sender
Name des Senders, der den Spot ausgestrahlt hat

2 lokal / überregional
1 lokal / regional
Werbung eines Unternehmens, das seinen Sitz im Sendegebiet hat und vorwiegend Kunden aus diesem Bereich anspricht. Meist wird die Adresse (oder der Ort) des Unternehmens genannt. Beispiel: Autohaus XY in Essen.

2 überregional
Spots, die sich nicht ausschließlich an die Bewohner einer bestimmten Region richten. Die Produkte oder Dienstleistungen sind über die Grenzen des Sendegebiets hinaus erhältlich. Beispiele: Opel, Gerolsteiner.

3 Mischform
Ein überregionaler Spot wird kombiniert mit der Werbung eines lokalen Anbieters. Beispiel: Der überregionale Spot für eine Automarke wird ergänzt durch den Hinweis auf ein bestimmtes Autohaus.

4 sonstiges / nicht erkennbar
Spots, die sich den oben genannten Kategorien nicht zuordnen lassen.

3 Bezeichnung des Spots
Möglichst genaue Bezeichnung
- des Unternehmens bzw. Produktes, für das geworben wird
- und der Variante des Spots (anhand eines Stichworts).

4.1 bis 4.7 direkte, offene Herabsetzung
Die direkte, offene Herabsetzung bezieht sich sowohl auf Frauen, die im Spot eine sprechende oder singende Rolle übernehmen, als auch auf Frauen, die nur inhaltlich in Erscheinung treten, z.B. wenn über sie geredet wird. Die einzelnen Formen der direkten, offenen Herabsetzung schließen einander nicht aus. Sie können innerhalb eines Spots auch miteinander vermengt werden.

Frau = Sex
Diese Gleichung steht zusammenfassend für den Einsatz von weiblicher Sexualität/Körperlichkeit zur Anpreisung von Waren, die mit dieser Sexualität in keinem thematischen Zusammenhang stehen.
1 ja
2 nein

Produkt = Frau
Hierunter wird die Gleichsetzung von Frauen mit Produkten und Konsumartikeln verstanden. Dabei wird die erotische Attraktivität einer Frau mit den Vorzügen eines Produktes verglichen; gemeinsame Eigenschaften werden hervorgehoben. Kann auch dadurch zum Ausdruck kommen, dass den Produkten weibliche Stimmen verliehen werden.
1 ja
2 nein

‚Märchen' über Frauen im Haushalt
Der Haushalt wird als Ort des Vergnügens und des gehobenen Lebensstils dargestellt, aber nicht als Ort der Arbeit.
1 ja
2 nein

‚typisch weibliche Unarten'
Hierunter wird die Reduzierung der Frau auf negative klischeehafte Eigenschaften verstanden. Beispiele: Frau als Konsumsüchtige, Frau als ‚Putzteufel'.
1 ja
2 nein

kosmetische ‚Zwangsjacken'
Spot macht Erfolge oder Misserfolge von Frauen von der Einhaltung bestimmter Schönheitsnormen und dem Konsum bestimmter Produkte abhängig. Beispiel: Reduktionskost, z.B. ‚Du darfst'.
1 ja
2 nein

Vermarktung des Emanzipationsbegriffs
Spots, die Emanzipation, Selbstständigkeit, Mitbestimmung, Unabhängigkeit und Freiheit auf den Konsum eines bestimmten Produktes zurückführen. Beispiel: Binden- bzw. Tamponwerbung.
1 ja
2 nein

zynische Witze über Frauen
‚Herrenwitze', bewusst zweideutige Anspielungen auf Kosten von Frauen oder auch eindeutige Behauptungen über ‚die' Frauen – teils parallel zu Kategorien 1 bis 6
1 ja
2 nein

5.1 bis 5.4 Das ‚letzte Wort'
Das ‚letzte Wort' ist die abschließende (gesprochene oder gesungene) Textpassage eines Spots. In der Medikamentenwerbung wird der gesetzlich vorgeschriebene Zusatz („Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.") als nicht zum eigentlichen Spot gehörig behandelt. Die SprecherIn dieser Passage wird zwar unter **6** als Person kodiert, das ‚letzte Wort' ist in diesem Fall aber die Textpassage vor diesem Zusatz. Beispiel: „Spalt. Schaltet den Schmerz ab."

Sprache / Gesang
1 wird gesprochen
2 wird gesungen

Geschlecht
1 männlich
2 weiblich
3 Einzelperson, Geschlecht nicht erkennbar
Das Geschlecht der einzelnen Person, die einen Text spricht oder singt, ist aus der Klangfärbung der Stimme nicht eindeutig zu erschließen, z.B. bei einem Kind.
4 Gruppe männlich
5 Gruppe weiblich
6 Gruppe gemischt
7 Gruppe, Geschlecht nicht erkennbar

Inhalt
1 Slogan
Beispiele: „Persil. Da weiß man, was man hat."; „Ford. Die tun was."
2 Service
Telefonnummern, Wegbeschreibungen oder genaue Adressangaben

3 Bestätigung / Aufforderung

Aussagen, die zuvor Gesagtes bestätigen oder Aufforderungscharakter haben. Beispiele: „Da geh' ich hin!"; „Jetzt an Ihrem Kiosk."

4 Name

Die letzte Textpassage besteht aus dem Produkt- oder Unternehmensnamen. Eventuelle Ergänzungen lassen sich den Kategorien 1 bis 3 nicht zuordnen. Beispiel: „Reiseagentur XY. Elfmal im Münsterland."

5 sonstiges

6 Person (Personengruppe)

Die auftretenden Personen innerhalb eines Spots werden fortlaufend durchnummeriert. Es werden sowohl Personen berücksichtigt, die selbst sprechen, singen oder sich auf andere Weise (z.B. Niesen) bemerkbar machen, als auch Personen, die nur erwähnt werden, wenn z.B. über sie gesprochen wird. Die weiteren Angaben zu den Personen unter 6 beziehen sich auf alle Aussagen, die der jeweiligen Stimme zuzuordnen sind.
Wird ein Text von einer Gruppe gesprochen oder von einem Chor gesungen, erhält diese Personengruppe eine eigene Nummer, unabhängig davon, ob die Angehörigen dieser Gruppe zuvor schon als Einzelpersonen erfasst wurden oder nicht.

6.1 Geschlecht

1 männlich

2 weiblich

3 Einzelperson, Geschlecht nicht erkennbar

4 Gruppe männlich

5 Gruppe weiblich

6 Gruppe gemischt

7 Gruppe, Geschlecht nicht erkennbar

8 männliche Kunstfigur

Keine wirklichen Personen, sondern Tiere, Produkte und fiktive Personen, denen männliche Stimmen verliehen werden. Beispiel: „Hier spricht dein Fön."

9 weibliche Kunstfigur

Keine wirklichen Personen, sondern Tiere, Produkte und fiktive Personen, denen weibliche Stimmen verliehen werden. Beispiel: Schäfchen in der Waschmittel-Werbung.

6.2 Sprache / Gesang

Die Person (die Personen)...

1 spricht (sprechen)

Wegen der schwierigen Abgrenzung wird hier unter Sprache alles verstanden, was nicht Gesang ist. So wird z.B. auch ein Aufschrei, Gelächter oder Husten als Sprache codiert.

2 singt (singen)

3 wird (werden) erwähnt

6.3 Funktionen

1 Hauptrolle

Sprecher und Sprecherinnen, die wesentlichen Anteil an der Produktpräsentation haben. In einem Spot können mehrere Personen parallel Hauptrollen übernehmen.

2 Nebenrolle

Sprecher und Sprecherinnen, die keinen wesentlichen Anteil an der Produktpräsentation haben. Beispiel: Die Textpassagen beschränken sich größtenteils auf die Nennung des Unternehmens- / Produktnamens, der Anschrift und / oder Telefonnummer oder

auf andere ergänzende Informationen zur Produktpräsentation. Wenn eine Person die Rahmenhandlung liefert, um einer anderen Person die Möglichkeit zu geben, das Produkt zu präsentieren, wird das ebenfalls als Nebenrolle codiert.

6.3.1 Frage- und Antwortsituation

Eine Frage- und Antwortsituation ist ein Gespräch zwischen (mindestens) zwei Personen, wobei die (nicht rhetorischen) Fragen und Antworten an die jeweils andere Person gerichtet sind, nicht an das Publikum.

1 stellt Fragen

2 gibt Antworten

Beispiel: Eine Person erzählt einer anderen auf deren Frage hin, mit welchem Produkt ihre Wäsche so weiß wird.

3 beides

4 kommt nicht vor

Beispiel: Eine an das Publikum gerichtete Frage wie „Haben Sie schon einmal Produkt XY probiert?“, erfüllt nicht die Kriterien einer Frage- und Antwortsituation und wird unter 4 codiert.

6.3.2 Beratungssituation

Die Beratungssituation erfordert ein Gespräch zwischen (mindestens) zwei Personen, wobei eine Person der anderen rät, was sie (nicht) tun kann oder sollte. Eine Frage- und Antwortsituation und eine Beratungssituation können (müssen aber nicht) gleichzeitig vorkommen.

1 berät

Beispiel: Eine Person fordert die andere auf, doch das gleiche Produkt zu verwenden, damit ihre Wäsche ebenso weiß wird.

2 wird beraten

3 kommt nicht vor

Ratschläge ans Publikum erfüllen nicht die Kriterien für eine Beratungssituation und werden unter 3 codiert.

6.4 Rollen

6.4.1 Lebensbereich

Wird die Person in Zusammenhang mit einem bestimmten Lebensbereich genannt?

1 Erwerbsleben / Ausbildung

z.B. ein Schüler / eine Schülerin; eine Person, die sich als Vertreter/in des werbenden Unternehmens zu erkennen gibt.

2 Haushalt

Beispiel: Eine Person gibt an, ihre Wäsche mit Produkt XY zu waschen.

3 Freizeit

Beispiel: Eine Person verzehrt während der Tennispausen einen bestimmten Schokoriegel.

4 sonstiges / nicht erkennbar

6.4.2 Thematischer Zusammenhang

Thematische Zusammenhänge (über die unter 6.4.1 genannten Lebensbereiche hinaus), in die das Produkt und / oder die Person durch den Werbespot gestellt werden. Beispiel: Eine Person hebt besonders die Geräumigkeit eines Autos hervor, weil man damit so gut einkaufen fahren kann. Dann wäre hier der thematische Zusammenhang „Einkaufen“

einzutragen. Denkbar wäre bei Autowerbung auch eine Konzentration auf den thematischen Zusammenhang „Fahrsicherheit“ o.Ä. Die Lebensbereiche aus 6.4.1 können hier außerdem präzisiert werden. Beispiel: „Tennis“

6.4.3 Beruf

Berufs- oder Tätigkeitsbezeichnungen, sofern sie genannt werden oder aus dem Zusammenhang zu erschließen sind, sowie Rollenbezeichnungen, die der Person anstelle von Berufen zugewiesen werden. Beispiel: Rechtsanwältin; Hausfrau; Mutter; „Zahnarztfrau“

6.4.4 Position

1 GeschäftsinhaberIn des werbenden Unternehmens

2 AngestellteR des werbenden Unternehmens

3 VertreterIn des werbenden Unternehmens / Position nicht erkennbar

Beispiel: Eine Person sagt: „... dann kommen Sie zu uns!“ Nähere Angaben zur Position des Sprechers / der Sprecherin werden aber nicht gemacht.

4 ExpertIn

Einer Person, die nicht als Vertreter/in des werbenden Unternehmens (1 bis 3) auftritt, wird aufgrund ihres Berufs, ihrer Tätigkeit oder einer anderen Rolle eine übergeordnete Kompetenz zugesprochen. Beispiel: WissenschaftlerIn, Kinderkrankenschwester, „Zahnarztfrau“. Welche Rolle die Person einnimmt, wird in 6.4.3 (Beruf) präzisiert.

5 KonsumentIn der Produktgruppe

Eine Person, die nicht VertreterIn des werbenden Unternehmens oder ExpertIn ist, macht deutlich, dass sie das Produkt, für das geworben wird, oder ein Konkurrenzprodukt selbst benutzt. Beispiel: Eine Person hat „das falsche Waschpulver benutzt“.

6 sonstiges / nicht erkennbar

6.5 Eigenschaften / Verhaltensweisen

Durch Tonfall der Stimme und / oder Inhalt des Spots werden der Person bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zugeordnet. Da einer Person auch mehrere Eigenschaften oder Verhaltensweisen (nacheinander oder gleichzeitig) zugeordnet werden können, werden hier Haupt- und Nebeneindruck codiert.

6.5.1 Haupteindruck

1 souverän / seriös / kompetent

Eine Person wirbt für ein Unternehmen / Produkt, preist dabei auch dessen Vorzüge an, ohne aber überschwängliche Emotionen durchklingen zu lassen. Die Stimmungslage ist ernsthaft bis beschwingt, aber nicht ausgelassen. Die Stimme ist meist von mittlerer Lautstärke und tiefer bis mittlerer Tonlage, die Sprechgeschwindigkeit gemäßigt (vgl. 4 begeistert / euphorisch).

2 zärtlich / zart

Diese Stimmen sind meist leise, warm und sanft, ohne dabei sexuelle Assoziationen zu wecken (vgl. 3 lasziv / verführerisch).

3 lasziv / verführerisch

Eine Person weckt durch die Wortwahl (z.B. Wortspielereien, Zweideutigkeiten, Vokabeln, die auch in Flirt und Liebesspiel verwendet werden) und / oder den Tonfall der Stimme (z.B. Hauchen, Gurren, Stöhnen, Seufzen) sexuelle Assoziationen.

4 begeistert / euphorisch

Eine Person wirkt ausgelassen und fröhlich, man hört ihr die Begeisterung an. Diese Personen sprechen meist schneller, höher, lauter und mit mehr Betonung (vgl. 1 souverän / seriös / kompetent). Die Begeisterung kann auch durch die Wortwahl zum Ausdruck kommen (z.B. „toll“, „fantastisch“).

5 hysterisch

Eine Person wirkt mit der Situation, in der sie sich befindet, überfordert. Die Stimme ist hoch, schrill und kurz vor dem ‚Überkippen'.

6 verwegen / ‚cool' (‚Abenteurer-Stimme')

Hierbei handelt es sich um ruhige, sehr tiefe und rauhe Stimmen von meist geringer Sprechgeschwindigkeit.

7 fordernd

Eine Person formuliert nicht nur ihre Wünsche („Ich hätte gern..."; „Könntest du nicht..."), sondern richtet klar Forderungen an das Produkt / Unternehmen oder eine andere Person. Oft haben diese Forderungen den Charakter von Ausrufen.

8 schuldbewusst

Eine Person läßt durchblicken, dass sie sich schuldig fühlt oder Gewissensbisse hat: Beispiel: das schlechte ‚Lenor-Gewissen'

9 besorgt / fürsorglich

Eine Person sorgt sich um das Wohlergehen einer anderen.

10 neidisch

Eine Person lässt ihren Neid oder ihre Eifersucht auf eine andere Person durchblicken, z.B. weil ihre Wäsche nicht so weiß ist wie die ihrer Freundin.

11 leidend / gestresst / krank

Eine Person leidet unter körperlichen Beschwerden oder unter der Situation, in der sie sich befindet. Darunter fällt z.B. auch eine Person, die völlig zerknirscht ist, weil sie das ‚falsche Produkt' gekauft hat.

12 naiv / dümmlich / ungeschickt

Eine Person wird nicht nur durch den Klang der Stimme, sondern auch durch den Gesamtkontext anderen, im Spot auftretenden Personen gegenüber naiv, dümmlich, unwissend oder ungeschickt dargestellt. Das kann z.B. der Fall sein, wenn eine Person auf die Fragen einer anderen keine oder nur unsinnige Antworten geben kann oder wenn ein Missgeschick passiert, weil eine Person ‚nicht aufgepasst' hat.

13 als Hausdrachen bzw. Tyrann / Nervensäge

Eine Person macht Vorschriften, stellt Forderungen, nörgelt herum, unterbricht, berichtigt oder belehrt andere und geht damit einer anderen, im Spot auftretenden Person hörbar auf die Nerven.

14 sonstiges

6.5.2 Nebeneindruck

Eigenschaften und Verhaltensweisen wie in 6.5.1 (Haupteindruck).

III Überblick über die Untersuchungsschritte im Projekt „Ausgeblendet? – Frauenbild und Frauenthemen im nordrhein-westfälischen Lokalfunk“

Im Verlauf der Arbeit verweise ich auf zahlreiche Detailergebnisse der Untersuchung „Ausgeblendet? …“, die ich gemeinsam mit Lars Rinsdorf bearbeitet habe. Neben der Programmanalyse, deren Daten ich sekundärausgewertet habe, stehen weitere Untersuchungsschritte, deren methodische Grundlagen ich hier der Vollständigkeit halber kurz umreiße (vgl. auch Werner/Rinsdorf 1998: 225-234).

Expertinnen-Interviews

Bei der Evaluation gleichstellungsrelevanter Untersuchungsfelder haben wir – u.a. – mit explorativen Expertinnen-Interviews gearbeitet. Denn die Untersuchungsfelder sollten nicht allein auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse abgesteckt werden.

Expertinnen für die relevanten Fragen fanden wir in zwei Bereichen: erstens Frauen, die in Medien Themen für Frauen aufbereiten und/oder Medieninhalte darauf hin beurteilen, ob sie die Gleichstellung von Frauen und Männern fördern; zweitens Frauen, die sich in unterschiedlichen Kontexten professionell mit dem Thema Gleichstellung auseinandersetzen. Interviews führten wir mit insgesamt sechs Frauen aus dem Medien- und neun Frauen aus dem gesellschaftlichen Sektor.

Im Mediensektor interviewten wir:
- die Chefredakteurin eines Lokalsenders in NRW,
- die Vorsitzende einer Veranstaltergemeinschaft in NRW,
- eine Redakteurin einer Frauensendung beim WDR,
- eine Vertreterin des ForumFrauenRadio,
- eine Vertreterin des Presserats,
- ein Mitglied der Jury des Elisabeth-Selbert-Preises für journalistische Leistungen, die die Gleichstellung fördern,
- ein Mitglied der Jury des LfR-Hörfunk-Preises.

Im gesellschaftlichen Sektor sprachen wir mit
- der Gleichstellungsbeauftragten einer Kommune,
- der Gleichstellungsbeauftragten des DGB-Landesverbands,
- einer auf Gleichstellungsfragen spezialisierten Juristin,
- zwei Unternehmerinnen im Frauennetzwerk CONNECTA,
- einer Pfarrerin mit Arbeitsschwerpunkt Gleichstellungsfragen,
- einer Vertreterin des Hausfrauenbundes,
- einem Mitglied des Dachverbands der Mütterzentren,
- einer Vertreterin einer feministisch orientierten Organisation von Planerinnen und Architektinnen,
- einer Spezialistin für Frauenerwerbslosigkeit im Arbeitslosenverband.

Redaktionsbefragung

Fallstudien in sechs ausgewählten Verbreitungsgebieten des nordrhein-westfälischen Lokalfunks sowie beim Mantelprogramm-Anbieter radio NRW sollten klären, welche Faktoren die Erfüllung des hier untersuchten Programmauftrags in den Redaktionen beeinflussen. Führt die quantitative Gleichbeteiligung von Journalistinnen automatisch zu einem gleichstellungsfördernden Programm? Macht es einen Unterschied, ob eine Frau oder ein Mann einen Sender führt? Diese und ähnliche Fragen standen im Mittelpunkt dieses Untersuchungsschritts. In der Redaktionsbefragung verwendeten wir teilstandardisierte Fragebögen in persönlichen Interviews. Da wir schwerpunktmäßig die alltäglichen redaktionellen Abläufe analysieren wollten, wurden die ChefredakteurInnen, alle Redakteurinnen der jeweiligen Redaktion sowie eine Auswahl an Redakteuren befragt. Wir sprachen außerdem mit den VG-Vorsitzenden der Sender und führten schriftliche Interviews mit BG-Geschäftsführern.

Der Auswahl der Fallgebiete war eine Fax-Befragung aller Lokalfunk-Redaktionen zur Beschäftigungsituation, differenziert nach Hierarchieebenen, vorgeschaltet.

Hörerinnenforschung

Um mehr über die gleichstellungsspezifischen Anforderungen des Publikums an den Lokalfunk zu erfahren, wurden in einer repräsentativen Erhebung im September 1996 710 Lokalfunkhörerinnen und 239 Nichthörerinnen zum Programm der Lokalsender befragt. Diese quantitative Befragung wurde kombiniert mit Gruppendiskussionen mit Lokalfunk-HörerInnen, deren explorativer Charakter dem eher dünn bestellten Forschungsfeld besser gerecht wurde. Die TeilnehmerInnen der Gruppendiskussionen konfrontierten wir mit Hörbeispielen, die in den Dimensionen Themen-Zuschnitt, Darstellungsform, Präsentation und AkteurInnen variiert wurden. Drei Runden waren ausschließlich mit Frauen besetzt, eine nur mit Männern und zwei gemischt.