

Astrid Freudenstein

# Die Machtphysikerin gegen den Medienkanzler

Aktuelle Probleme  
moderner Gesellschaften

3

Herausgegeben von Peter Nitschke  
und Corinna Onnen-Isemann

Mit Angela Merkel wird 2005 zum ersten Mal eine Frau Bundeskanzlerin in Deutschland. Nach einem nur wenige Monate dauernden Blitzwahlkampf setzte sie sich gegen Amtsinhaber Gerhard Schröder durch. Ein Sieg der Union über Rot-Grün oder der Sieg einer Frau über einen Mann? Beides. In dieser Arbeit wird der zweite Aspekt aufgearbeitet. Welche Rolle spielte der Aspekt Gender in diesem Wahlkampf? Wie gingen die Medien mit dieser völlig neuen Geschlechterkonstellation um? Welche Vor- oder Nachteile hatten die Kandidaten aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit? Es war der erste Wahlkampf auf Bundesebene, in dem es tatsächlich auch um Rollenbilder und Lebensformen ging. Grundlage der Studie ist eine Inhaltsanalyse von Wahlkampfberichten der überregionalen deutschen Tageszeitungen.

Astrid Freudenstein ist Redakteurin für Rundfunk und Zeitung. Sie arbeitet als Dozentin für Journalismus und Kommunikationswissenschaft.

[www.peterlang.de](http://www.peterlang.de)

Die Machtphysikerin gegen den Medienkanzler

# **Aktuelle Probleme moderner Gesellschaften**

Herausgegeben von Peter Nitschke  
und Corinna Onnen-Isemann

Band 3



**PETER LANG**

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien

Astrid Freudenstein

# Die Machtphysikerin gegen den Medienkanzler

Der Gender-Aspekt  
in der Wahlkampfberichterstattung  
über Angela Merkel  
und Gerhard Schröder



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Vechta, Hochsch., Univ., Diss., 2009

Gedruckt auf alterungsbeständigem,  
säurefreiem Papier.

Va 1

ISSN 1867-609X

ISBN 978-3-653-00305-5

© Peter Lang GmbH

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Frankfurt am Main 2010

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

[www.peterlang.de](http://www.peterlang.de)

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	7
2	Gender, Politik und Medien: Theoretische Grundlagen.....	15
2.1	Gender als soziales Konstrukt.....	15
2.1.1	„Doing Gender“.....	19
2.1.2	Geschlechtsstereotype.....	22
2.1.3	Private und öffentliche Sphäre.....	29
2.1.4	Frau und Macht.....	34
2.2	Frauen- u. Männerbilder in den Medien.....	38
2.2.1	Frauenzeitschriften.....	40
2.2.2	Werbung.....	42
2.2.3	Fernsehen.....	45
2.2.4	Tageszeitungen und Printmagazine.....	50
2.3	Wahlkampf als Gegenstand der Forschung.....	54
2.3.1	Impulse der US-amerikanischen Forschung.....	55
2.3.2	Wahlkampfforschung in der Bundesrepublik.....	63
2.3.3	Die Langzeitstudie von Wilke/Reinemann.....	70
2.3.4	Analysen zur Bundestagswahl 2005.....	74
2.4	Politische Kommunikation durch Medien.....	80
2.4.1	Massenkommunikation und Mediengesellschaft.....	82
2.4.2	Wirklichkeitskonstruktion durch Medien.....	85
2.4.3	Wechselbeziehung von Politik und Medien.....	88
2.5	Zusammenfassung und Hypothesen.....	91
3	Material und Methode.....	95
3.1	Inhaltsanalyse.....	95
3.2	Textkorpus und Untersuchungszeitraum.....	100
3.3	Kategoriensystem und Codierregeln.....	107
3.4	Durchführung der Untersuchung.....	116
4	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	119
4.1	Formale Aspekte der Berichterstattung.....	120
4.1.1	Darstellungsformen der Artikel.....	120
4.1.2	Umfang der Textbeiträge.....	133
4.1.3	Platzierung der Textbeiträge.....	134
4.2	Inhaltliche Aspekte der Berichterstattung.....	135
4.2.1	Thematisches Umfeld der Kandidatenberichterstattung.....	136

4.2.1.1	Wahl und Wahlkampf als Thema per se.....	137
4.2.1.2	Sachpolitische Themen.....	140
4.2.1.3	Personalisiert-politische Kontexte.....	144
4.2.1.4	Explizite Thematisierung des Gender-Aspekts.....	150
4.2.1.5	Privatleben und beruflicher Werdegang.....	155
4.2.2	Kompetenzzuschreibungen.....	159
4.2.2.1	Inhaltliche und politische Kompetenz.....	161
4.2.2.2	Rhetorische Fähigkeiten.....	164
4.2.3	Charaktereigenschaften und Persönlichkeit.....	166
4.2.3.1	Führungsqualitäten.....	168
4.2.3.2	Integrität.....	171
4.2.3.3	Machtorientierung.....	174
4.2.3.4	Emotionalität.....	176
4.2.3.5	Rationalität.....	179
4.2.3.6	Aggression.....	181
4.2.4	Darstellung d. äußeren Erscheinung u. des Auftretens....	182
4.2.4.1	Aussehen und Auftreten im Allgemeinen.....	184
4.2.4.2	Gesicht und Mimik.....	186
4.2.4.3	Kleidung.....	189
4.2.4.4	Haare und Frisur.....	190
4.2.4.5	Bewegungsabläufe und Gestik.....	191
4.2.4.6	Körperbau.....	193
4.2.5	Titulierungen und Bezeichnungen.....	194
4.2.5.1	<i>Frau Merkel</i> und <i>Herr Schröder</i> .....	196
4.2.5.2	Die <i>Bundeskanzlerin</i> .....	197
4.2.5.3	<i>Angie</i> und <i>Gerd</i> .....	199
4.2.5.4	Sonstige Umschreibungen.....	200
5	Diskussion und Ausblick.....	209
6	Literatur.....	221

# 1 Einleitung

Mit Angela Merkel bekommt Deutschland 2005 zum ersten Mal eine Bundeskanzlerin. Bis dahin hat es in der Bundesrepublik nicht eine einzige Frau an die höchste Machtposition der Regierung geschafft. Die klassischen Schlüsselressorts der Bundesregierung – die Außen- und die Innenpolitik, das Verteidigungsressort und die Finanzen - waren stets mit Männern besetzt. Auch international blieben bis weit in das 20. Jahrhundert hinein politisch mächtige Frauen die Ausnahme: Maria Theresia, Kaiserin von Österreich, und die russische Zarin Katharina die Große. Rosa Luxemburg, die beim Spartakusaufstand 1919 ermordet wurde. Die indische Premierministerin Indira Gandhi und ihre israelische Amtskollegin Golda Meir. Die britische Premierministerin Margret Thatcher. Es sind noch einige mehr, ihre Zahl jedoch bleibt überschaubar.

In den vergangenen Jahren hat sich dies geändert. Frauen sind heute in politischen Führungspositionen keine Seltenheit mehr. In Europa, aber auch in Asien, Afrika und in Südamerika drängen Frauen an die Spitze der Politik, sie wollen Macht. Oder sie scheiterten kurz davor - wie zuletzt Hillary Clinton, die so nah wie keine andere Frau vor ihr an eine Kandidatur um die US-Präsidentschaft gelangte und sich bei den parteiinternen Abstimmungen der Demokraten ihrem Gegner, dem jetzigen amerikanischen Präsidenten Barack Obama, geschlagen geben musste.

In Deutschland kam in Folge allgemeiner demokratischer Wahlen bis heute allein Angela Merkel an eine bundesweit wirklich einflussreiche und mit Macht ausgestattete Position. Insofern gibt die politische Realität in Deutschland nun zum ersten Mal Anlass, sich mit der Berichterstattung über eine weibliche Spitzenkandidatin auf Bundesebene auseinanderzusetzen.

Nach einem nur wenige Monate dauernden Blitzwahlkampf gegen Amtsinhaber Gerhard Schröder setzte sich die Union bei der Bundestagswahl am 18. September 2005 mit hauchdünner Mehrheit durch. War es ein Sieg von CDU/CSU über die rot-grüne Regierungskoalition oder der Sieg einer Frau über einen Mann? Beides. In dieser Arbeit wird der zweite Aspekt aufgearbeitet. Eine Frau fordert einen amtierenden Kanz-

ler heraus und gewinnt. Welche Rolle spielte der Gender-Aspekt in diesem Wahlkampf? Wie gingen die Medien mit dieser völlig neuen Geschlechterkonstellation um? Es war der erste Wahlkampf auf Bundesebene, in dem es auch um Rollenbilder und Lebensformen, um Rock oder Hose ging.

Die Bundestagswahl im September 2005 war jedoch gleich in mehrfacher Hinsicht ein Ausnahmefall. Neben dem Novum einer Frau als Bewerberin fand diese Wahl auch ein Jahr vor dem Ende der regulären Legislaturperiode statt. Der amtierende Bundeskanzler Gerhard Schröder hatte am 22. Mai nach einer Reihe für die SPD verloren gegangener Landtagswahlen Neuwahlen im Bund angekündigt und dafür trotz einiger verfassungsrechtlicher Ungereimtheiten vom Bundespräsidenten und letztlich auch vom Bundesverfassungsgericht grünes Licht bekommen. Am 18. September wurde schließlich gewählt, und das Ergebnis fiel deutlich knapper aus als von sämtlichen Umfrageinstituten prognostiziert. CDU/CSU kamen auf 35,2 Prozent der abgegebenen Zweitstimmen, die SPD erreichte 34,2 Prozent. Damit hatte niemand gerechnet.

Dem Urnengang ging ein nur dreieinhalb Monate dauernder Wahlkampf voraus. Wovon waren diese dreieinhalb Monate gekennzeichnet? Die Koalition aus SPD und Grünen hatte eine Reihe unpopulärer, wenngleich von einer breiten Mehrheit der Bevölkerung als notwendig erachteter sozial- und wirtschaftspolitische Maßnahmen eingeleitet und sich damit in ein Dilemma manövriert: Zwar waren die Maßnahmen für die Bezieher sozialer Leistungen teils schmerzlich spürbar, die gesamtstaatlichen Wirkungen der Agenda-Politik jedoch waren für die Bürgerinnen und Bürger noch nicht erkennbar. Der linke Flügel in der SPD drohte dem Kanzler nun mehr oder weniger offen mit dem Entzug der Gefolgschaft, und auch in der Bevölkerung machte sich schlechte Stimmung breit, denn die Zahl der Arbeitslosen überstieg ungeachtet der für die politische Linke schwer verdaulichen Hartz-Gesetze die psychologisch wichtige Marke von fünf Millionen.

Die Union befand sich angesichts dessen in einer recht komfortablen Ausgangssituation. In ungewohnter Offenheit kündigte sie bereits während des Wahlkampfs an, sie werde im Falle eines Wahlsieges die Mehrwertsteuer um drei Prozentpunkte erhöhen. Kanzlerkandidatin Angela Merkel berief den Heidelberger Rechtsprofessor Paul Kirchhof in ihr so-

genanntes Kompetenzteam. Mit seinen radikalen Vorschlägen zur Steuervereinfachung dominierte er den Wahlkampf inhaltlich über weite Strecken hin. Der damalige CSU-Vorsitzende und bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber wiederum sorgte mit einer herablassenden Bemerkung über das Wahlverhalten der Ostdeutschen für Aufsehen. Bundeskanzler Gerhard Schröder musste sich indessen für seine Einschätzung rechtfertigen, der russische Präsident Wladimir Putin sei ein „lupenreiner Demokrat“. Und Hurrikan Katrina, der in den USA verheerende Schäden angerichtet hatte, wurde für die Bewerber hinsichtlich ihrer Haltung zur Regierung im Weißen Haus zum Prüfstein. Über all diese und weitere Themen wurde in den Medien berichtet, und all diese Aspekte haben den Ausgang der Wahl zweifelsfrei beeinflusst. Es muss also vor jeglicher Monokausalität gewarnt werden. Inwieweit der Gender-Aspekt den Wahlausgang beeinflusst hat, soll diese Arbeit klären. Schließlich trat hier auch die *Machtphysikerin* (Süddeutsche Zeitung, 15.09.2005) gegen den *Medienkanzler* (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25.08.2005) an. Mitten im Wahlkampf machte die Frau des Bundeskanzlers, Doris Schröder-Köpf, mit einer streitbaren Bemerkung über die Kinderlosigkeit der Herausforderin auf sich aufmerksam. So direkt und unverhohlen wurde die Privatsphäre von Angela Merkel in der Öffentlichkeit vom politischen Gegner nur selten thematisiert. Anders die Medien, sie beschäftigten sich durchaus in aller Offenheit mit der Geschlechterfrage. Die *Frankfurter Allgemeine Sonntagzeitung* veröffentlichte in ihrer Ausgabe vom 26. Juni 2005 einen Artikel über das Aussehen Angela Merkels und setzte darüber die Überschrift „Eine Radikalkur für die Kandidatin“. Die *Frankfurter Rundschau* attestierte der Bewerberin kurz vor dem Wahltermin, in der Ausgabe vom 9. September 2005, „Vorzüge des schlechten Geschmacks“. Frauenzeitschriften und Magazine unterschiedlicher Ausrichtung stellten die Frage, ob Deutschland bereits reif sei für eine Kanzlerin. „Diese mehrfach wiederholte Frage legte zumindest den Verdacht nahe, dass auch oder gerade die Medien nicht recht wussten, wie mit einer Kandidatin umzugehen sei“ (Holtz-Bacha 2006: 23).

Angela Merkel selbst vermied die Geschlechterfrage während des Wahlkampfes weitgehend. In dem klaren Bewusstsein, dass Politik ein männlich geprägtes Geschäft ist, erkannte sie, dass ihr eine offene Thematisierung zum Verhängnis werden könnte. Ohne Zweifel befand sich

Merkel in einem Dilemma: „... trotz demonstrativer Weiblichkeit nur halbe Frau und trotz erkämpfter Männlichkeit nur halber Mann“ (Schwarzer 2002: 2). Immerhin kam der Herausforderin offenbar eine positive Grundstimmung gegenüber politisch aktiven Frauen zugute: Auf die Frage, wie gut es einem gefällt, wenn ein Mann sich politisch engagiert, antworteten 1998 in einer repräsentativen Befragung 52% der Bundesbürger mit „Gefällt mir gut“. Auf die Frage nach dem politischen Engagement von Frauen antworteten hingegen 69 % der Befragten mit „Gefällt mir gut“. Die Antworten hingen allerdings stark vom politischen Standort der Befragten ab: Im rechten politischen Spektrum wird das politische Engagement von Frauen weniger goutiert als im linken Spektrum (Noelle-Neumann/Köcher 2002: 695).

Schwierig war die Situation für Amtsinhaber Gerhard Schröder. In den früheren Wahlkämpfen hatte er gezielt versucht, sich als ein Kandidat der Frauen zu positionieren: Dem dienten sein Standardthema von der Doppelbelastung der Frauen durch Familie und Beruf wie auch generell seine ausgeprägten Personalisierungs- und vor allem Privatisierungsstrategien (Holtz-Bacha 2001: 22). Mit einer Frau als Herausforderin konnte er dieses Kompetenzfeld nicht mehr für sich allein beanspruchen.

Aus diesen Überlegungen resultiert das vorliegende Forschungsprojekt, nämlich eine Analyse der medialen Rezeption Angela Merkels und Gerhard Schröders im Bundestagswahlkampf 2005. Die Inhaltsanalyse basiert auf der Auswertung der vier großen überregionalen Tageszeitungen in Deutschland: der *Welt*, der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *Frankfurter Rundschau* und der *Süddeutschen Zeitung*. Die Inhaltsanalyse enthält sowohl quantitative als auch qualitative Elemente. Im Methodenteil wird begründet, warum die Untersuchung so angelegt wurde, es werden die Anwendung einer Inhaltsanalyse dargestellt sowie deren Vor- und Nachteile beschrieben. Der empirischen Untersuchung liegen über- und untergeordnete Fragestellungen und Hypothesen zugrunde, die durch die Analyse beantwortet, verifiziert oder falsifiziert werden sollen. Wesentlich für die Validität und Vergleichbarkeit der Ergebnisse sind der Textkorpus und die Auswahlkriterien, die Untersuchungseinheiten sowie das Kategoriensystem und die Codierregeln. Sie werden eingehend erklärt und begründet.

Der empirischen Untersuchung geht eine theoretische Betrachtung jener wissenschaftlichen Felder voraus, die für das Verständnis der Studie notwendig sind. Dazu gehört die Beschreibung der Kategorien Gender, Politik und Medien sowie der Zusammenhänge zwischen ihnen. In der Genderforschung, die sich sowohl aus geistes- und sozialwissenschaftlichen als auch aus naturwissenschaftlichen Disziplinen speist, hat die Untersuchung der Mechanismen, die die unterschiedliche Stellung von Frauen und Männern in der Gesellschaft begründen, in den vergangenen 50 Jahren starken Niederschlag gefunden. Die Kategorie Gender kann heute als gut erforscht und hinreichend diskutiert gelten, liefert aber gleichwohl immer neue Impulse für eine weitere Auseinandersetzung mit dem Thema. Dies gilt umso mehr, als die Medien, ein sich stetig änderndes und an Einfluss gewinnendes Phänomen, als treibende Kraft der Genderisierung betrachtet werden können. Sie gelten auch als jene Instanz, die Geschlechtsstereotype nicht nur schaffen und verfestigen, sondern durch ihre starke Massenwirkung auch die Kraft haben, Stereotype und Gender-Schemata aufzubrechen. Auf Geschlechtsstereotype, ihre Entstehung und Veränderbarkeit, ist deshalb einzugehen. Dies bedingt auch eine Diskussion der Polarität von öffentlicher und privater Sphäre, zumal die empirische Untersuchung unter anderem darlegen soll, in welchem Maße das Private in der Wahlkampfberichterstattung öffentlich gemacht wurde. Diskutiert wird schließlich auch das Phänomen der Macht in Zusammenhang mit der Kategorie Gender, denn das Entstehen gesellschaftlicher Strukturen gründet auch auf der unterschiedlichen Einschätzung von Frauen und Männern darüber, was Macht zu bedeuten und zu bewirken hat.

Der Einordnung der vorliegenden Untersuchung soll ein Überblick über den Forschungsstand bezüglich unterschiedlicher Frauen- und Männerbilder in den Medien dienen. Eine Reihe von Arbeiten widmet sich den geschlechtsspezifischen Erwartungshaltungen, die in der Werbung und in Frauenzeitschriften bedient werden. Die häufig klischeehaften Darstellungen von Frauen und Männern im Fernsehen, dem reichweitenstärksten Medium, und hier vor allem im Unterhaltungsbereich, haben eine ganze Reihe von Studien angeregt, ebenso die Genderthematik im Journalismus klassischer Tageszeitungen und Magazine.

Seit den 1960er Jahren wandten sich Sozial-, Kommunikations- sowie Politikwissenschaften der Analyse von Wahlkämpfen zu, um mit ihren jeweiligen Instrumenten Aspekte und Wirkung der politischen Auseinandersetzung zu erforschen. Richtungsweisend waren hier die Ergebnisse der US-amerikanischen Forschung. Es wird daher auch ein Überblick über die Erforschung von Wahlkämpfen gegeben und eine Langzeitstudie herausgegriffen, die in ihrer Spannweite und Aussagefähigkeit bisher einzigartig ist, nämlich eine Analyse der Printberichterstattung über die jeweiligen Kanzlerkandidaten in den Bundestagswahlkämpfen der Jahre 1949 bis 2005 (Wilke/Reinemann 2000, 2003, 2006). Eine Arbeit, die mediale Darstellungen zum Gegenstand hat, muss sich zwangsläufig auch mit den Wirkungsmechanismen von Medien auseinandersetzen. Dies geschieht unter anderem anhand der Systemtheorie Niklas Luhmanns. Das komplexe Zusammenspiel von Medien und Politik wurde im Bundestagswahlkampf 1998, als Gerhard Schröder zum ersten Mal als Spitzenkandidat der SPD antrat, und während seiner gesamten Amtszeit in der Öffentlichkeit besonders intensiv diskutiert. Schröder hatte 1998 nach einer gewaltigen Medienkampagne Helmut Kohl als Bundeskanzler abgelöst. Von der eher traditionellen Symbolik eines Helmut Kohl entwickelte sich in der öffentlichen Wahrnehmung das neue Bild eines Bundeskanzlers: Gerhard Schröder trat als ein Mann auf, der in den Medien stark präsent war, tief in sein Privatleben blicken ließ und so eine leidenschaftlich geführte Diskussion über eine vermeintliche oder tatsächlich vorhandene *Amerikanisierung*<sup>1</sup> (Filzmaier/Plasser 2005)

---

1 Filzmaier/Plasser (2005) nennen Stereotype, die sich mit dem Begriff der *Amerikanisierung* verbinden, so etwa „Begeisterungstürme pittoresk gekleideter Delegierter bei den als Mega-Shows inszenierten Konventen der Demokraten und Republikaner [...], repetitives Wiederholen einzeliger Kernbotschaften bei kameragerecht inszenierten Wahlkampfveranstaltungen, Endlosschleifen von 30-Sekunden-TV-Spots und letzte Auftritte ermatteter Kandidaten noch in den frühen Morgenstunden des Wahltags.“ (Filzmaier/Plasser 2005: 7). Signatur des amerikanischen politischen Systems ist demnach eine „hochgradig fragmentierte institutionelle Wettbewerbslogik, die das Verhalten der Wettbewerbsakteure, ihre Strategien und Taktiken in unverwechselbarer Weise prägt“ (Filzmaier/Plasser 2005: 13). Die Autoren weisen aber darauf hin, dass die Tatsache, dass auch deutsche Wahlkämpfe de facto ihre Höhepunkte in TV-Studios finden, etwa bei live übertragenen TV-Diskussionen zwischen Kanz-

der bundesdeutschen Politik auslöste. Der Begriff der *Schröderisierung* des politischen Betriebs wurde zu jener Zeit erfunden, womit in erster Linie eine auf mediale Massenwirksamkeit ausgerichtete Darstellungspolitik gemeint war. Diese neue Form der Beziehung zwischen Kanzler und Medien erwies sich jedoch im Verlauf von Schröders Kanzlerschaft als äußerst launenhaft und wenig konsistent: „Am Ende seiner Amtszeit erlebte die Öffentlichkeit schließlich einen Regierungschef, der vom Medienkanzler zum aggressiven Kritiker der Medienmacht mutiert war (Rosumek 2007: 223).

---

lerkandidaten, noch nicht bedeute, dass sich die Wettbewerbe hierzulande amerikanisiert hätten. Allenfalls würden einzelne Komponenten des amerikanischen Systems in modifizierter Form übernommen (Filzmaier/Plasser 2005: 7).



## 2 Gender, Politik und Medien: Theoretische Grundlagen

### 2.1 Gender als soziales Konstrukt

Die Terminologie in der Geschlechterforschung stellt sich ausgesprochen uneinheitlich dar. Für das deutsche Wort *Geschlecht* existieren im englischen Sprachraum die Begriffe *sex* und *gender*. In weiten Teilen der Forschung steht heute das angloamerikanische *gender* als soziales oder kulturelles Geschlecht des Menschen *sex* als biologisches Geschlecht gegenüber.<sup>2</sup> Der ins Deutsche übernommene Begriff Gender bezeichnet folglich Persönlichkeit und Verhalten, eine „kulturelle Interpretation und Entwicklung des physiologischen Geschlechtsunterschiedes“ (Wesely 2000: 31). Dabei wird davon ausgegangen, dass „die grundlegenden Parameter der Identität durch den Körper konstituiert werden“ (ebd.). Das biologische Geschlecht wird in diesem Konzept durch kulturelle, historische und gesellschaftliche Implikationen ge- und überformt. Während

---

2 Als Hauptvertreterin der Gegenrichtung darf Judith Butler gelten. Sie stellt die Zweigeschlechtlichkeit radikal in Frage und vertritt die Auffassung, dass Geschlecht ausschließlich eine soziale Kategorie darstellt, die erst in einer nachgeordneten Instanz dem Körper ein biologisches Geschlecht einschreibt. Sie wendet sich also konsequent von der Idee einer Unterscheidung von sozialem und ein biologischem Geschlecht ab und vertritt vielmehr die These, *sex* als biologisches Geschlecht sei ebenso wenig wie *gender* natürlichen Ursprungs. Sie stellt auch die Neigung feministischer Forschung in Frage, Frauen als Gruppe mit gemeinsamen Merkmalen und Interessen zu betrachten. Ethnische, kulturelle, soziale oder intellektuelle Unterschiede zwischen Frauen würden so nihilisiert und der Eindruck erweckt, es gebe ein binäres System der Geschlechterbeziehungen. Dies verfestigt nach Butler die Auffassung einer patriarchalen Gesellschaftsordnung. Das Eingeständnis der Unterschiedlichkeit der Geschlechter konterkariere zudem die Forderung nach Gleichheit der Geschlechter. Butler erhebt also den Vorwurf, der Feminismus verhärtete mit solcher theoretischer Fundierung vorhandene Ungleichbehandlung der Geschlechter und stehe der Chance im Wege, neue Identitäten zu entwickeln. Die Unterschiedlichkeit der Geschlechter dürfe auch nicht Ausgangspunkt politischen Handelns sein (Butler 2003: 9/10). Ähnlich argumentieren Gildemeister/Wetterer (1992).

die Natur, also die Kategorie *sex*, als relativ unveränderlich gelten darf, werden die sozialisierenden Einflüsse, die *gender* prägen, als durchaus variabel betrachtet. Durch die Differenzierung von *sex* und *gender* kann also eine Unterscheidung zwischen biologischem und sozialem Geschlecht getroffen und die stillschweigende Festschreibung von Männlichkeit und Weiblichkeit auf angeblich unveränderliche biologische und/oder epistemologische Gegebenheiten aufgesprengt werden. Durch die Einführung der *sex-gender*-Relation entsteht ein kultureller und historischer Rahmen, in dem die Frage nach der Konstruiertheit von Geschlecht, sei es in Hinsicht auf die Kategorie *gender* oder sei es in Hinsicht auf *sex* überhaupt erst möglich wird (Stephan/von Braun 2000: 9/10).

In Deutschland führte den Gebrauch des Terminus *Gender* Ende der 1960er Jahre die zweite Frauenbewegung ein. Man wollte auf diesem Wege auch sprachlich der Auffassung entgegen treten, dass Geschlechtsunterschiede unveränderlich seien und stattdessen klar machen, dass Unterschiede zwischen den Geschlechtern stark sozial bedingt seien (Wesely 2000: 15). Später wurde der Begriff schließlich als sozialer Status verstanden (Spreng 2005: 107). So soll, wenn im Folgenden von Geschlecht die Rede ist, dies auch in der vorliegenden Arbeit – soweit nicht ausdrücklich anders erklärt – im Sinne von (zu deutsch) *Gender* verstanden werden, also als soziale Strukturkategorie.

In diesem Sinne verstanden gab der Gender-Aspekt wiederholt Anlass zum wissenschaftlichen und politischen Diskurs: Die gesellschaftlichen und politischen Ungleichheiten zwischen den sozial konstruierten Geschlechtern waren Auslöser der ersten Frauenbewegung, die sich ab der Mitte des 19. Jahrhunderts formierte. Sie machte es sich zur Aufgabe, über Benachteiligungen von Frauen bedingt durch Stereotype und Sphärentrennung aufzuklären, und leitete daraus die Forderung nach unbedingter Gleichberechtigung der Geschlechter in Politik und Gesellschaft ab. Das Frauenwahlrecht, das in Deutschland 1918 rechtlich verankert wurde, ist ein Ergebnis dieser ersten Welle.

Die zweite Frauenbewegung formierte sich seit den 1960er Jahren, also zu einer Zeit, als es formale Gleichberechtigung zwar in weiten Teilen bereits gab, eine tatsächliche Gleichwertigkeit der Geschlechter aber noch ausstand. Sie entstammte stark der Neuen Linken, war geprägt von einer fundamentalen Kritik an nahezu allen bestehenden Formen organi-

sierter Politik und gesellschaftlicher Gegebenheiten, und wird deshalb häufig als *autonome Frauenbewegung* bezeichnet. Die unzureichende Umsetzung der formalen Gleichberechtigung etwa im beruflichen Alltag ist in der Hierarchiethese Teubners (1989) formuliert. Demnach manifestiert sich in der Teilung des Arbeitsmarkts in Männer- und Frauenberufe und Männer- und Frauenbereiche eine Hierarchie zwischen den Geschlechtern, die durch die Qualifikationsanstrengungen der Frauen nicht überwunden werden kann. Der Chancengleichheit von Frauen in der Erwerbsarbeit und damit auch der Erschließung neuer Berufe und Positionen stehen tiefergreifende Strukturen entgegen, die die Geschlechterhierarchie begründen. Die Inhalte der Tätigkeiten von Frauen und Männern sind also nicht bestimmend für die geschlechtsspezifische Segregation. Vielmehr hängen die Arbeitsinhalte von den hierarchischen Positionen ab. Selbst wenn sich die Tätigkeiten verändern, etwa neue Technologien die Märkte erobern, bleibt in dieser Theorie die hierarchische Struktur - Männer oben, Frauen unten - stabil (Teubner 1989: 23). Meyer (1992) hingegen betrachtet Gender und Politik als historisch-kulturell bedingt: Vor allem durch die kulturellen Folgen der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung und die Trennung der sozialen Erfahrungswelten Öffentlichkeit und Privatheit im 18. und 19. Jahrhundert seien Unterschiede im Politikverständnis von Frauen und Männern entstanden. Die durch die Geschlechtspolarisation erzwungene unterschiedliche Ausprägung und Unterstützung allgemein menschlicher Fähigkeit und Deutungsmuster sind demnach Resultate sozialer Konstruktion und als solche auch als veränderbar anzusehen (Meyer 1992: 12).

Uneinigkeit herrscht darüber, wie groß die messbaren Unterschiede zwischen Frauen und Männern sind. Die zweite Frauenbewegung sowie die teils stark feministisch geprägte Forschung der 1990er Jahre propagierte gestützt auf diverse Untersuchungen die Ansicht, dass der Unterschied zwischen Mädchen und Jungen, zwischen Frauen und Männern, von Natur aus gering bis kaum vorhanden und deshalb jede Ungleichbehandlung im gesellschaftlichen Umfeld nicht begründbar sei (vgl. Hagemann-White 1984; vgl. Gildemeister/Wetterer 1992). Eckes (1997) wirft jedoch die Frage auf, bis zu welchem Wert Unterschiede als klein oder nichtig zu gelten hätten und kommt zu dem Schluss, dass „die in Studien zu Geschlechtsunterschieden gefundenen Effektstärken keineswegs un-

typisch niedrig“ seien, wenn man die Höhe der sonst in der empirischen Psychologie identifizierten Effekte zugrunde legt (Eckes 1997: 47). Nach seinen Erkenntnissen ist es „nicht von der Hand zu weisen, dass sich Frauen und Männer in einer ganzen Reihe von psychologischen Merkmalen substantiell unterscheiden“ (Eckes 1997: 49). Heute konzentriert sich die Forschung ohnehin weniger auf die Beschreibung messbarer Differenzen, als vielmehr darauf, die Prozesse zu analysieren, die zur Geschlechtsspezifität führen.

Entgegen dem frühen feministischen Konsens, dass die messbaren Differenzen zwischen den Geschlechtern relativ gering seien, etablierte sich eine ebenfalls feministisch orientierte theoretische Position, die die Unterschiede weiblicher Attribute betont und sogar eine Überlegenheit dieser ableitet. Gilligan (1984) argumentiert, dass Frauen die Lebensmitte nicht nur mit einer anderen psychologischen Geschichte als Männer erreichen und in dieser Periode mit einer anderen sozialen Realität mit anderen Möglichkeiten für Liebe und für Arbeit konfrontiert sind, sondern die Dinge aufgrund ihres Wissens über menschliche Beziehungen auch anders erleben und deuten. Da die Realität der Bindung von Frauen als gegeben vorausgesetzt und nicht als Konsequenz einer freien Entscheidung angesehen wird, gelangen sie zu einem Verständnis des Lebens, das die Grenzen von Autonomie und Herrschaft reflektiert. „Die Folge ist, dass die Entwicklung der Frauen nicht nur den Weg zu einem gewaltfreien Leben vorzeichnet, sondern auch zu einem Zustand der Reife, die sich durch Interdependenz und Fürsorglichkeit auszeichnet“ (Gilligan 1984: 210).

Unstrittig ist, dass biologische und gesellschaftliche Faktoren bei der Persönlichkeitsentwicklung zusammenspielen, und Metaanalysen legen nahe, dass die Unterschiede zwischen den Geschlechtern zumindest nicht hauptsächlich durch die biologische Geschlechtszugehörigkeit erklärbar sind (Klingen 2001: 24). Die Forschung hat sich inzwischen insofern weiter entwickelt, als sie die Männlichkeit verstärkt in ihre Überlegungen mit aufnimmt und somit die grundsätzliche Frage der sozialen Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit ins Zentrum ihrer Erörterungen stellt (Bublitz 2008: 92).

### 2.1.1 „Doing Gender“

Den immerwährenden Prozess der Herstellung sozialer Geschlechtlichkeit bezeichnen West/Zimmerman (1987) als *Doing Gender*. „Doing gender means creating the difference between girls and boys and women and men, differences that are not natural, essential, or biological“ (West/Zimmerman 1987: 137). Geleitet von der Annahme, dass Geschlechtsidentität nicht nur durch Erziehung und Sozialisation im Kindes- und Jugendalter entsteht, sondern sich ein Leben lang entwickelt und verändert, greifen die Mitglieder einer Gesellschaft immer wieder auf bestehende oder auch auf längst als überkommen geltende Gender-Normen zurück oder schaffen neue: „Doing gender involves a complex of socially guided perceptual, interactional, and micropolitical activities that cast particular pursuits as expressions of masculine and feminine ‘natures’“ (West/Zimmermann 1987: 126).

Der *Doing Gender*-Ansatz basiert auf der sozialkonstruktivistischen Grundannahme, „dass wir es bei der Geschlechtszugehörigkeit von Personen und bei der Zweigeschlechtlichkeit als sozialem Klassifikations- und Differenzierungsprinzip nicht mit einer Vorgabe der Natur, sondern mit dem Ergebnis sozialer Konstruktionsprozesse zu tun haben“ (Teubner/Wetterer 1999: 12/13). Demnach ist der Alltag der Menschen ein permanenter Prozess der Konstruktion von Wirklichkeit. Wirklichkeit besteht nicht einfach, sie entsteht vielmehr im sozialen Handeln. In diesem Sinne sind auch Männlichkeit und Weiblichkeit als Produkte permanenter sozialer Konstruktionsprozesse zu begreifen: Gender findet ständig und allerorts statt – ohne darüber nachzudenken, formt jede und jeder unaufhörlich ein Leben lang Gender in all seinen Facetten (Spreng 2005: 111). Wesentlich ist, dass Gender ein selbstverständlicher Teil des menschlichen Alltags ist und den Menschen als Bestandteil des täglichen Lebens so vertraut ist, dass die Erwartungen, wie Frauen und Männer sich verhalten sollen, gewöhnlich erst bewusst durchbrochen werden müssen, damit überhaupt bemerkt wird, wie Gender produziert wird. „Genderzeichen und -signale sind so allgegenwärtig, dass wir sie gewöhnlich gar nicht bemerken – es sei denn, sie fehlen oder sind zweideutig“ (Lorber 1999: 56).

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie verschiedene soziale Instanzen Gender konstruieren und wie umgekehrt Gender die unterschiedlichen sozialen Ebenen beeinflusst. Mehr als andere begreift Lorber (1999) Gender nicht nur als Prozess sozialer Konstruktion, sondern auch als soziales Ordnungssystem und als Institution an sich, als „eines der wichtigsten Ordnungsprinzipien für die Lebensgestaltung der Menschen“ (Lorber 1999: 57), das nahezu alle Bereiche betrifft, z.B. Familie, Berufswelt, Sexualität, Kultur, Bildung, Staat. Lorber stellt das *Wie* des *Doing Gender* in den Mittelpunkt, Antworten können hier vor allem empirische Untersuchungen liefern. Ebenso wie andere Lebensbereiche sind auch die Massenmedien ein wesentlicher Faktor in diesem *Doing Gender*, in der „wiederkehrenden, routinisierten, methodischen Reproduktion von Gender“ (Wesely 2000: 38). Diese „Genderisierung durch die Medien“ (Wesely 2000: 69) als „Prozess der Vermittlung der (kulturspezifisch entwickelten) Aspekte von Geschlechtlichkeit“ und der „kulturellen Konstruktion von Geschlecht“ (ebd.) gewinnt in einer medial geprägten Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Wenn man Medien als eigenständige Konstrukteure sozialer Wirklichkeit betrachtet, so gilt dies auch für die Herstellung von Geschlecht. So machen Medientexte Aussagen über die gesellschaftliche Relevanz von Frauen und Männern. Sie manifestieren feste Vorstellungen darüber, wie Menschen in ihren unterschiedlichen sozialen Rollen auftreten, sie konstituieren als Stereotype. Und sie liefern nicht zuletzt Identifikationsangebote für die Zuschauer (Scholz 2007: 10): Sie wirken durch die Inhalte, die sie verbreiten und die Vielzahl an Menschen, die sie erreichen, identitätsstiftend. Medien können so auch als „strukturierte Vermittlungsinstanz kultureller Prozesse“ (Hepp 1999: 57) gelten. In der medialen Berichterstattung wird aus Gründen der allgemeinen Verständlichkeit und nicht zuletzt auch aus Platz- und Zeitgründen gerne auf vorhandene Stereotype zurückgegriffen. Durch die Nutzung von Stereotypen in den Medien werden diese wiederum stärker in den Köpfen der Rezipienten verfestigt und noch weiter verbreitet. Medien unterstützen den Informationsaustausch zwischen verschiedenen Kulturen und komplexen Gesellschaften, womit sie einen Beitrag zur Identitätsstiftung ebenso wie zur Stereotypenbildung leisten, je nachdem über welche Aspekte sie berichten. Stereotype erleichtern Darstellungsabsichten in den Medien, indem durch die

Verbreitung von Stereotypen bestimmte Sachverhalte von der breiten Masse, ohne dass noch nähere Erläuterungen abgegeben werden müssen, verstanden werden.

Die Frage, ob die Konstruktion von Gender durch die Medien zum Nachteil für eines der beiden oder gar für beide Geschlechter gereicht, wurde von diversen wissenschaftlichen Disziplinen aufgegriffen. Bei ihrer Beantwortung muss vor jeglicher Monokausalität gewarnt werden. Es darf keine direkte Korrelation von Gender-Darstellungen in den Medien zu deren Aneignung durch die Rezipienten hergestellt werden. Dies käme einem einfachen Reiz-Reaktions-Schema gleich, das mit Sicherheit ausgeschlossen werden kann. Bei der Konstitution von Gender-Identität sind zum einen die in einer Gesellschaft vorherrschenden Gender-Definitionen von Relevanz, die für den oder die Einzelnen Orientierung bieten, aber auch – insbesondere bei der Analyse von Medienaneignungsprozessen – Gender-Positionierungen in einzelnen Medientexten. Auch wenn sich Rezipienten im Moment der Rezeption in hohem Maße mit der präferierten Gender-Positionierung identifizieren, können sie in ihrem weiteren Leben eine davon abweichende Gender-Identität leben (Hepp 1999: 65).

Gerade in feministischen Untersuchungen der 1970er Jahre fiel die Antwort auf die Frage nach einer möglicherweise tendenziösen Gender-Darstellung häufig dergestalt aus, dass Frauen überwiegend minderwertig dargestellt werden. In jüngster Zeit sind aber auch Konstruktionen einer „modernen Spielart von Superweiblichkeit“ (Schulz-Erker 1995: 7) zu beobachten. „Diese Superfrau ist sowohl fürsorgliche Mutter wie liebende Gattin. Sie ist gleichermaßen eine karrierebewusste Berufstätige in leitender Stellung, die sich allenfalls eine Putzfrau für den nicht mehr zu bewältigenden Haushalt engagiert. Dabei hat sie an ihrer sexuellen Attraktivität für den Mann nichts eingebüßt; für ihn ist sie perfekt in jeder Hinsicht“ (Schulz-Erker 1995: 7).

Analysen politischer Berichterstattung in den Medien ergaben auch eine permanente „Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien“ (Prenner 1994: 152). Diese suggerieren zwar größtmögliche Neutralität und Objektivität, seien aber alles andere als geschlechtsneutral und zeichneten sich durch eine „spezifisch männliche Interessenskonstellation“ (ebd.) aus.

### 2.1.2 Geschlechtsstereotype

Der Ausdruck Stereotyp ist eine Wortzusammensetzung aus *stereós: fest, haltbar* und *týpos: Zeichen, Abdruck* und stammt aus dem Griechischen. Bereits im 18. Jahrhundert wurde das Wort „Stereotyp“ im Bereich des Buchdruckes gebraucht. Damit wurde eine mit fest stehenden Schrifttypen gedruckte Methode beschrieben. Im Jahre 1922 fand der Begriff durch den amerikanischen Journalisten Walter Lippmann Einzug in den sozial- und geisteswissenschaftlichen Diskurs. Er definierte ihn in dem Sinne, dass der Mensch die Welt bereits aus Erzählungen und Geschichten kennt, ehe er sie selbst sieht und erfährt: „Inevitably our opinions cover a bigger space, a longer reach of time, a greater number of things, than we can directly observe. They have, therefore, to be pieced together out of what others have reported and what we can imagine“ (Lippmann 1922: 53).

Lippmann betrachtet Stereotyp als stark simplifizierte Darstellungen der Welt und somit als fehlerhaft. In dieser Tradition galt das Stereotyp in den Kulturwissenschaften lange Zeit als starres und – in Lippmanns Tradition – als verzerrtes Bild von Menschengruppen. Verglichen mit der ersten sozialwissenschaftlichen Erwähnung des Phänomens in den 1920er Jahren ist in neueren Begriffsklärungen das Stereotyp häufig weniger negativ belegt. Vielmehr wird die Funktion der Stereotype betont, eine rasche Informationsverarbeitung zu ermöglichen: „Sie sind insofern notwendig für die Alltagsbewältigung, als sie dazu dienen, die Komplexität der Welt in überschaubare Einheiten zu reduzieren“ (Alfermann 1996: 10). Die Einordnung in Kategorien gilt nicht nur als hilfreich, sondern als notwendig für die Bewältigung des Alltags. Die Komplexität und Vielfalt der Erscheinungen würde den Betrachter überfordern, hätte er nicht die Möglichkeit, das, was er sieht, rasch in vorgefertigte Kategorien einzuteilen. Stereotype, die angenommenen Eigenschaften bezüglich einer sozialen Kategorie, bringen also Übersichtlichkeit in die Welt. Die Funktion von Stereotypen besteht in der Identitätsstiftung und Grenzziehung, in einer Orientierungshilfe für den menschlichen Alltag. So stehen heute im sozialpsychologischen Sprachgebrauch Stereotype für *kognitive Strukturen*, für Strukturen des Wissens eines Individuums über die Welt (Eckes 1997: 17). Soziologisch stehen sie für „kulturell geteilte

Zuschreibungen von Eigenschaften zu Personen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer rassistischen, nationalen, ethnischen oder anderen sozialen Gruppe“ (Eckes 1991: 148).

Ein deutlicher Mangel an verbindlicher Begrifflichkeit herrscht bezüglich der häufig synonym gebrauchten Bezeichnungen Stereotyp, Vorurteil oder Klischee. Dies liegt darin begründet, dass das Stereotyp ein interdisziplinäres Phänomen ist. Für alle Disziplinen dürfte indes die Feststellung akzeptabel sein, dass es sich bei Stereotypen um „verbreitete und allgemeine Annahmen über die relevanten Eigenschaften einer Personengruppe“ (Alfermann 1996: 9) handelt. Alle anderen Begriffe und Bezeichnungen bleiben in dieser Arbeit außen vor. Üblich ist eine Unterscheidung zwischen Autostereotypen, die das Bild einer Gruppe von sich selbst beschreiben, und Heterostereotypen, die Vorstellungen einer Gruppe von einer anderen Personengruppe bezeichnen (Güttler 2000: 110).

Anders als explizite Regeln, wie sie zum Beispiel in Gesetzen niedergeschrieben sind, gelten Stereotype als implizite Regeln. Sie liegen nicht offen zutage, sondern existieren nur als kollektive Vorstellungen und Meinungen in den Köpfen der Mitglieder einer sozialen Gemeinschaft (Klingen 2001: 28). Sie stellen eine Art sozialer Ordnung dar, die es immer dort gibt, wo mehrere Menschen zusammen leben, bestimmen unser Handeln und unsere Wahrnehmung und beeinflussen deshalb gravierend unser gesellschaftliches Zusammenleben. Sie werden als kognitive Wissensbestände im Laufe der Sozialisation erworben, etwa durch eigene Beobachtungen, Aussagen anderer Personen oder auch über Fernsehsendungen oder Lesebücher. Die Stereotype werden kognitiv weniger als Listen von Eigenschaften gespeichert, sondern in strukturierter Weise, insbesondere in Form von Clustern oder Dimensionen, wie z.B. Stärke/Schwäche, Aktivität/Passivität, die einen Satz dazugehöriger ähnlicher Eigenschaften beinhalten (Alfermann 1996: 9/10).

Stereotype sind allerdings nicht nur kognitiv zu erklären, sondern haben auch *motivationale Funktion*, und die besteht in erster Linie darin, bestehende gesellschaftliche Verhältnisse zu verfestigen. Die herrschenden Gruppen einer Gesellschaft nehmen für sich die positiveren Eigenschaften in Anspruch; so ist das Stereotyp von Weißen in von Weißen dominierten Gesellschaften positiver besetzt als das der Farbigen. In