

20. April 2010

medien heft

Gleichstellungsdiskurs in Schweizer Medien

So aktuell Medien sein wollen, halten sie nicht immer mit den gesellschaftlichen Entwicklungen Schritt. Insbesondere der Gleichstellungsdiskurs der letzten 40 Jahre ist geprägt von einem Rückstand und zunehmend auch von einem Backlash. Eine Medienanalyse von 1968 bis 2009.

Von Martina Leonarz

«Alles haben zu können, ist ein feministischer Mythos» (NZZ am Sonntag, 21. März 2010), «Frauen haben das falsche Beuteschema (Das Magazin, 9. Mai 2008), «Hausfrau, der beste Job» (Migros Magazin, 23. Oktober 2006), «Warum ticken Männer anders als Frauen? Kleine, aber entscheidende Unterschiede im Gehirn» (NZZ, 19. April 2006), «Warum machen noch immer nicht mehr Frauen Karriere? Weil viele nicht wollen» (Das Magazin 50/2003).

Die hier zufällig ausgewählten Zitate lösen Unbehagen aus: Was ist in den letzten Jahren mit der Gleichstellung von Frau und Mann geschehen? Welchen Weg zeichnen die Medien auf, wenn es um die gesellschaftliche Position der Frauen geht? Wie soll die explizite oder implizite Kritik an der Emanzipation interpretiert werden? Und: Wie relevant sind diese Beispiele? Die Ergebnisse einer Langzeitanalyse* des Gleichstellungsdiskurses in Schweizer Medien zwischen 1968 und 2009 geben Antwort auf diese Fragen. Als gesellschaftliche Instanz kommentieren die Medien nicht nur politische und gesellschaftliche Veränderungen, sondern agieren auch als Ko-Produzenten und sind so massgeblich daran beteiligt, die Geschichte der Gleichstellung mit- und fortzuschreiben. Mit welchen Argumenten sie das tun und inwiefern sich der Gleichstellungsdiskurs in den Medien verändert hat, verdient daher eine genauere Betrachtung.

Situation in der Schweiz: gestern und heute

Der Blick zurück in die ausgehenden 1960er Jahre zeigt wenig Schmeichelhaftes: Während in den meisten Ländern die Frauen seit vielen Jahren das Wahl- und Stimmrecht besaßen, war dies den Schweizerinnen auf eidgenössischer Ebene nach wie vor ver-

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Newsletter

medien heft

wehrt. Auch nach der Einführung des Frauenstimm- und -wahlrechts 1971 ging es mit der Gleichstellung von Frau und Mann nur zögerlich voran. Der Gleichstellungsartikel wurde 1981 in die Bundesverfassung aufgenommen, jedoch erst 1996 gesetzlich verankert. Die Gleichstellung von Frau und Mann ist auch heute noch nicht erreicht. Ein deutlicher und messbarer Indikator sind etwa die Löhne. Frauen verdienen im Durchschnitt zirka 20% weniger als Männer. Die Tatsache, dass die Lohnunterschiede bei Gutsausgebildeten am deutlichsten ausfallen, weist auf Diskriminierung hin. Zudem zeigen sich vor allem in der Privatwirtschaft kaum Risse in der so genannten gläsernen Decke: Die Chefetagen sind nach wie vor mehrheitlich männlich besetzt.

Auch wenn sich die Situation der Frauen in politischen Ämtern etwas erfreulicher präsentiert, sind wir noch weit entfernt von einer paritätischen Besetzung. Fast vierzig Jahre nach der Einführung des Frauenstimmrechts, so das betrübliche Fazit, haben alle Gleichstellungsbemühungen (noch) nicht dazu geführt, dass Frauen in Bereichen des öffentlichen und privaten Lebens gleich behandelt, gleich geschätzt, gleich bezahlt oder gleichwertig betrachtet werden. Diskriminierungen basierend auf Geschlechtsunterschiede sind im Alltag manchmal offensichtlich, aber viel häufiger subtil-verdeckt und gerade darum besonders resistent.

Gesellschaftliche und politische Funktion der Medien

Vor diesem Hintergrund ist nicht unbeutend, wie der Gleichstellungsdiskurs in den Medien behandelt wird. Denn Medien sind Ko-Produzenten gesellschaftlicher Konstruktionen. Als Hauptinformationsquellen reflektieren sie kulturelle Werte und verstärken etablierte, breit akzeptierte Interessen und dominante Normen (Ross 2004: 62). Wenn es um Geschlechter und Gleichstellung geht, bedeutet dies, dass uns Medien «(...) as powerful agents of gender and sexual socialisation» (Ward & Harrison 2005: 14) Hinweise geben, was wir von Frauen und Männer und deren Status in der Öffentlichkeit halten sollen. Verschiedene Forschungen zeigen, dass Medien generell eher männlich orientierte Paradigmen der Gesellschaft und der Politik unterstützen. Die maskuline Hegemonie der Politik wird also auch in den Medien manifest – besonders dort, wo die Interessen von Medien, Politik und Wirtschaft stark miteinander verbandelt sind und gegenseitige Abhängigkeiten bestehen (Sauer 2007: 111). Insgesamt, so das Fazit, verhalten sich Mainstream-Medien nicht emanzipatorisch. Wenn Medien alle Mitglieder der Gesellschaft und alle politischen Prozesse adäquat berücksichtigen sollten (Chambers, Steiner & Fleming 2004: 119), so offenbart sich hier eine deutliche Diskrepanz: Wie erfüllen Medien dieses Auftrag, wenn sie die Tendenz haben, sich nach patriarchalen Strukturen zu richten und somit die Diskriminierung von Frauen eher noch unterstützen?

Verschiedene theoretische Erklärungsmodelle

Solchen Fragen widmen sich verschiedene theoretische Perspektiven der feministischen Medienforschung. Ihnen gemeinsam ist die Prämisse, dass die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht zur Benachteiligung in allen Gesellschaftsbereichen führt und dass dieses Defizit bestmöglichst behoben werden soll.

Für die hier durchgeführte Analyse werden drei Ansätze als Erklärungsmodelle herangezogen, nämlich der in der Medienforschung weit verbreitete Gleichheitsansatz, der etwas weniger dominante Differenzansatz und der eher heterogen angelegte Dekonstruktivismus.

medien heft

Die Namensgebung der Ansätze weisen programmatisch darauf hin, welches Gesellschaftsbild bezüglich Geschlechterzuordnung angestrebt wird: Gleichheits- und Differenzansätze basieren auf einem Geschlechterdualismus, welcher das Resultat von sozialer und kultureller Konstruktion und von historischen Prozessen ist (Dorer & Klaus 2003: 551). Der Gleichheitsansatz bezieht sich auf den liberalen Feminismus, mit dem Ziel, Frauen den Männern gleich zu setzen, indem die vorhandenen männlichen Strukturen akzeptiert und beibehalten werden (vgl. Miller 2005: 79). Diese «(...) masculinity as an ideal to live up to» (Van Zoonen 1996: 38) impliziert, dass Frauen erfolgreich sein können, wenn sie männliche Strategien übernehmen und bereit sind, die paternalistisch-maskulinen Spielregeln zu befolgen. Der Gleichheitsansatz bezichtigt die Medien, Frauen in simplifizierender Art und Weise reduziert auf eine Handvoll von Klischees und Stereotypen darzustellen.

Der Differenzansatz hingegen betont die Unterschiede zwischen Frauen und Männern, ohne allerdings die Gleichwertigkeit beider Geschlechter in Frage zu stellen, was sich im Slogan «different but equal» (Müller & Sander 2005: 21) ausdrückt. Vertreterinnen des Differenzansatzes hinterfragen generell die bereits etablierten und männlich geprägten Systeme (Marx Ferre & McClurg Mueller 2006: 41) und suchen nach neuen Strukturen, welche eher den Frauen entgegenkommen. Der Differenzansatz bewertet das biologische Anderssein positiv. Die Gefahr dieses Ansatzes liegt im Gynozentrismus. Existierende Geschlechtsstereotypen können verstärkt werden. Die publizistische Leistung der Medien wird insofern als ungenügend betrachtet, weil sie den differenteren weiblichen Lebenswelten nicht gerecht werden.

Seit Mitte der 1990er Jahre haben sich verschiedene neue Perspektiven entwickelt, die für sich feministische Ideen als Kernelement beanspruchen. Diese postfeministischen Ansätze werden in der Literatur sehr kontrovers diskutiert. Das Präfix «post» kann nämlich unterschiedlich übersetzt werden und birgt somit auch Zündstoff für Feministinnen, die das «post» als Bruch mit der zweiten Frauenbewegung interpretieren. Kritik wird laut, dass gewisse Backlash-Tendenzen im Postfeminismus schlummern (Boyle 2005: 29). Der auf den Postfeminismus referierende Dekonstruktivismus hinterfragt die strikte Geschlechterdualität von weiblich versus männlich und verabschiedet sich ebenso von der Debatte gleich versus verschieden (Genz & Brabon 2009: 27). Dekonstruktion bedeutet eine variable Zuordnung von Gender und unterstreicht ein kontext- und situationsbedingtes Doing Gender.

Forschungslücke: Gleichstellungsdiskurs in den Medien

Zur allgemeinen Darstellung von Frauen und Männern in den Medien wurden bereits in den 1970er Jahren zentrale Untersuchungen durchgeführt. Gaye Tuchman beispielsweise spricht von der «symbolic annihilation» (1978: 12) der Frauen in den Medien und stellt fest, dass insbesondere das Bildmedium Fernsehen erfolgreich die Werte und Massstäbe propagiert, welche vom gesellschaftlichen Establishment als erstrebenswert und mehrheitsfähig betrachtet werden, ungeachtet der Tatsache, ob diese den gesellschaftlichen Gegebenheiten entsprechen. Mainstream-Medien berichten in der Regel eher Status Quo-erhaltend oder weisen sogar einen kulturellen «lag» auf. Auch heute liegt noch vieles im Argen: Vor allem die fiktionalen Programme weisen immer noch stark diskriminierende Tendenzen auf (Byerly & Ross 2006: 37; Ross 2004: 66). Diese «cultivating resistance» (De Swert & Hooghe 2010: 71) führt dazu, dass Medien nach wie vor Geschlechterrollen propagieren, welche eigentlich schon lange veraltet sind. Das weltweit durchgeführte «Global

medien heft

Media Monitoring Project» (GMMP), welches in 130 Länder die mediale Präsenz von Frauen und Männer misst, stellt ebenfalls fest, dass diese nicht der Realität entspricht: «The news presents a skewed picture of a world in which women are almost absent in positions of authority or responsibility outside the home» (GMMP 2010: 15).

Zum Geschlechter- und Gleichstellungsdiskurs in den Medien ist der Forschungsstand limitiert. Der Tenor der bestehenden Analysen ist allerdings vergleichbar: Chambers, Steiner und Flemming sprechen von einer so genannten «gender blindness» (2004: 159):

Mainstream-Medien nehmen die Thematik kaum auf. Der Gleichstellungsdiskurs ist ein «zähes», langatmiges Thema und weist nur wenige Nachrichtenwerte auf, welche das Medieninteresse auf sich lenken könnten (Saurer 2007: 107f.). Saurer stellt zudem fest, dass die zentralen Akteurinnen sehr heterogen sind und sich daher nicht für Personalisierungsstrategien anbieten (ebd. 110). Ebenfalls als eher ungenügend taxiert Aregger die Medienleistung im Zusammenhang mit vier Gleichstellungsereignissen in der Schweiz. Sowohl hinsichtlich ihrer Informations- wie auch ihrer Forumsfunktion scheitern die Printmedien. Stossend ist vor allem, so der Autor, dass Frauenorganisationen und Trägerinnen der Gleichstellungspolitik zu wenig berücksichtigt wurden (Aregger 1998: 250f.). Geiger weist bezüglich des Mediums Radio darauf hin, dass besonders das marktorientierte Formatradio in neuerer Zeit die ursprünglich gute Leistung des Radios zur Konstituierung von Frauenöffentlichkeit beeinträchtigt (2002: 99). Ebenfalls eher ernüchternd sind die Fallstudien zur Medienberichterstattung des Internationalen Frauentags sowohl in der Schweiz wie auch in den USA: Die Medien versäumen es, über den Status der Frau, über ihre Position in der Gesellschaft kritisch zu berichten, sondern banalisieren tendenziell ihre realen Probleme (Byerly & Walker 2007: 170 und 176; Desmarchelier 2007: 75).

Design der Analyse: 41 Jahre Schweizer Medienberichterstattung

Für die vorliegenden Befunde wurden von 1968 bis 2009 deutsch- und französischsprachige Zeitungen sowie deutschsprachige Fernseh- und Radiobeiträge analysiert. Die Gesamtstichprobe von 521 Artikeln und je 50 Radio- und TV-Sendungen deckt ein breites Publikum mit verschiedenen politischen Ansichten und Lebensstilen ab. Zur Analyse der Beiträge wurden sowohl quantitative als auch qualitative Kriterien herangezogen. Qualitativ erfasst wurden Argumente und Aussagen in den Medientexten, welche entweder von journalistischer Seite oder von einer Akteurin oder einem Akteur formuliert wurden und kausale oder erklärende Hinweise über die Situation der Frauen in der Schweiz, den Gleichstellungsdiskurs oder weitere genderrelevante Belange geben.

Politische Agenda dominiert

Insgesamt zeigt die Inhaltsanalyse von Zeitungen, Radio- und Fernsehsendungen, dass in der Zeitspanne von 1968 bis 2009 die Thematik an Relevanz gewonnen hat. Das Resultat darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass Gleichstellung und Geschlechterpositionen auf der Medienagenda keine hohe Priorität haben.

Im Detail zeigt sich, dass der mediale Gleichstellungsdiskurs stark an die politische Agenda geknüpft ist. Wie die Schweizer Frauen ihr Stimm- und Wahlrecht erhalten haben, prägt die Berichterstattung genauso wie die Volksinitiative zum Gleichstellungsartikel 1981 oder das Gleichstellungsgesetz 1996. Das Thema benötigt einen politischen

medien heft

Auslöser, um in die Medien zu kommen. Als eigenständiges Thema ist es zu abstrakt, zu vielschichtig und zu sperrig und besitzt zu wenige Nachrichtenwertfaktoren.

Ebenfalls Resonanz finden spezifische Anlässe wie zum Beispiel das Jahr der Frau 1975, die UNO-Weltfrauenkonferenzen und der jährlich wiederkehrende Internationale Tag der Frau. Ausführlich wird über den Frauenstreiktag am 14. Juni 1991 berichtet, wenn auch in unterschiedlicher Qualität. Ein grosser Teil der Berichte bleibt lediglich an der Oberfläche, begnügt sich mit den Aktionen am 14. Juni und skizziert den Frauenstreiktag als grosses Volksfest mit Bratwurst und Luftballone. Nur wenige Artikel setzen sich über den Aktionismus hinweg und gehen in die Tiefe. Ebenfalls zwiespältig fällt das Fazit über die Berichterstattung zum jährlichen internationalen Tag der Frau aus. In manchen Jahren beinahe übergangen, findet er in anderen wiederum eine bemerkenswerte Medienresonanz, so zum Beispiel im Jahre 2004 nach der Abwahl von Bundesrätin Ruth Metzler im Dezember 2003. Der 8. März wird somit gleichsam zum Gradmesser: Wie fest die Gender- oder Frauenfrage unter den Nägeln brennt, kann anhand seiner Medienresonanz gemessen werden.

Frauen als Akteurinnen – jedoch limitiert

Die zunehmende «Einmischung» von Frauen in der Öffentlichkeit – als Bürgerinnen, Politikerinnen und Journalistinnen – schlägt sich in den Medien nieder. Als zentrale Akteurinnen nehmen sie anzahlmässig zu. Es fällt allerdings auf, dass es fast keiner Akteurin gelingt, in den Medien über eine längere Zeitspanne regelmässig präsent zu sein und so dem Gleichstellungsdiskurs ein Gesicht zu geben. Einzig die Feministin, Publizistin und Emma-Herausgeberin Alice Schwarzer tritt, mal wohlwollend, mal misstrauisch beurteilt, wenn auch nicht sehr häufig, dann doch wenigstens über den ganzen Zeitraum immer wieder medial in Erscheinung. Zudem wird die erste Präsidentin der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen (1976 vom Bundesrat eingesetzt), Dr. iur. Lili Nabholz, insbesondere zu Beginn ihre Amtszeit, häufig von den Medien berücksichtigt. Ihren Nachfolgerinnen gelingt es aber bereits viel schlechter, medial präsent zu sein. Die Medienpräsenz von Frauen aus der Schweiz, die sich in ihren Rollen als Politikerinnen, Wissenschaftlerinnen und/oder als persönlich Engagierte für die Gleichstellung stark machen, lässt insgesamt zu wünschen übrig.

Eine weitere Erkenntnis ist die unterschiedliche Einschätzung der «neuen» und der «traditionellen» Frauengruppen. Tendenziell kritisch betrachtet und negativ dargestellt werden in den späten 1960er und in den 1970er Jahren Vertreterinnen der Neuen Frauenbewegung mit ihren unkonventionellen und radikalen Ideen. Ihre Aktionen werden dezidiert abgelehnt, während die zurückhaltenden Forderungen der traditionellen Frauenorganisationen auf ein mehrheitlich positives Medienecho stossen. So meint etwa der Tages-Anzeiger vom 11. November 1968, dass die jungen Feministinnen: «[...] mit nicht gerade gewählten Worten polemisieren, ohne aber etwas Erspriessliches zu erbringen», oder bezeichnet sie als «jugendliche Pöbler», die eine öffentliche Veranstaltung zum Frauenstimmrechtstag der Zürcher Frauenzentrale «unwürdig und lächerlich» gemacht hätten (Tages-Anzeiger, 3. Februar 1969).

Die Frage, ob die traditionellen bürgerlichen Frauenorganisationen obsolet sind, wird dann allerdings ab den 1980er Jahren öfters gestellt, und parallel dazu erhalten die Vertreterinnen der Neuen Frauenbewegung bald positivere Berichterstattung. Einige Jahre später erfahren sie dann aber das gleiche mediale Schicksal, wie ihre «bürgerlichen Vorstreiterinnen». Ihre Anliegen werden in Frage gestellt oder – im Zeitgeist der

medien heft

1990er Jahre – als antiquiert betrachtet: «Le féminisme est-il aujourd'hui ringard?», fragt etwa die Tribune de Genève am 17. Januar 1996 und beantwortet die Frage zumindest teilweise mit einem Ja. Prominente Vertreterinnen werden entweder desillusioniert oder «verbürgerlicht» dargestellt und ihre Anliegen als nicht mehr zeitgemäss betrachtet, «[...] parce que beaucoup a été réalisé, et également parce que plus de femmes, mères de famille, travaillent et n'ont plus de temps pour la vie associative» (ebd.). Zusätzlich kann eine zunehmende Individualisierung festgestellt werden. Die Akteurinnen treten vermehrt als Einzelpersonen auf und weniger als Vertreterinnen von Organisationen. Über den ganzen Zeitraum bleibt hinsichtlich der Darstellung von verschiedenen Frauenorganisationen ein bitterer Beigeschmack: Gerade so, als ob man es nie recht machen kann, sind sie entweder zu altbacken oder dann zu «extrem», auf jeden Fall aber zu wenig dem Mainstream entsprechend, als dass sie tatsächlich ernst genommen werden.

Unterschiedliche Fokussierung je nach Medium

Während die Printmedien kontinuierlich (wenn auch nie intensiv) Gleichstellung und Geschlechterposition in der Gesellschaft thematisieren, so zeigt sich insbesondere beim Schweizer Fernsehen eine lückenhafte, zuweilen auch etwas beliebige Abdeckung des Themas. Der politischen Agenda wird wohl in den aktuellen Informationssendungen Folge geleistet, versierte Hintergrundberichterstattung bleibt jedoch die Ausnahme. Besser sieht die Bilanz beim Radio aus. Radio DRS widmet sich regelmässig der Thematik. Insbesondere in verschiedenen Magazin-Sendungen überzeugen die Beiträge, die es – im Vergleich mit dem Fernsehen – nicht scheuen, das Thema der Gleichstellung aufzugreifen und kritisch auf die Defizite hinzuweisen.

Der unterschiedliche Umgang bei Radio und Fernsehen zeigt sich besonders deutlich in den frauenspezifischen Gefässen. Radiosendungen, die sich hauptsächlich an ein weibliches Publikum richten, zeigen sich gleichzeitig konservativer und bewusster, während das TV-Frauenmagazin «Lipstick» insgesamt gefälliger und eher dem Mainstream entsprechend daherkommt. Sowohl Radio DRS wie auch SF DRS haben mittlerweile die frauenspezifischen Sendefässer eingestellt.

Die Tradition des Radios, für Hausfrauen regelmässig zu senden und ihre spezifischen Lebenswelten zu berücksichtigen, führt dazu, dass traditionelle Themen wie Frauenvereine, Erziehungsfragen etc. regelmässig aufgegriffen werden. Gleichzeitig thematisiert das Radio aber auch mit einem (moderat) feministischen Anspruch neue Themen wie Frauenpolitik, politische Karrieren und Hindernisse, Beruf und Karriere sowie Frauenförderung. Es gelingt somit dem Radio, in verschiedenen Sendefässen unterschiedliche weibliche Lebensentwürfe zu reflektieren und sowohl die nach innen ausgerichtete Hausfrau sowie die berufstätige und die einen Teil der Öffentlichkeit beanspruchende Frau zu bedienen (vgl. dazu auch Geiger 2002: 98).

Wechselnde Argumente im Zeitverlauf

Insbesondere die Artikel aus Zeitungen und Radiohintergrundsendungen offenbaren eine beträchtliche Vielfalt von unterschiedlichen Argumenten, die Hinweise zur gesellschaftlichen Situation von Frau und Mann geben. Sie zeigen Veränderungen auf und illustrieren auch, wie resistent gewisse Ideen und Rollenzuschreibungen durch und in den Medien perpetuiert werden.

medien heft

Betrachtet man die verschiedenen Argumente im Zusammenhang mit den politischen «Gleichstellungsereignissen» – Einführung des Frauenstimmrechts (1971), Gleichstellungsartikel in der Bundesverfassung (1981) und Gleichstellungsgesetz (1996) –, so zeigen sich in diesen entsprechenden Zeitabschnitten typische Argumentationen. Sie repräsentieren quasi die jeweilige gesellschaftspolitische Situation. Weit auffälliger ist allerdings die Persistenz von gewissen Argumenten, die sich über den ganzen Zeitraum ziehen.

Bis 1971 dominiert das Argument, dass das Stimm- und Wahlrecht ein Menschenrecht sei. «Das Erwachsenenstimmrecht ist ein imperatives Gebot der Gerechtigkeit, der Demokratie und des Völkerrechts», schreibt etwa die Neue Zürcher Zeitung sechs Tage vor der eidgenössischen Abstimmung, wobei die NZZ selten von Frauenstimmrecht sprach, sondern den Ausdruck «Erwachsenenstimmrecht» oder «gleiches Erwachsenenstimmrecht» verwendete. Nach der Annahme der politischen Rechte für die Frau wurde dieses Argument allerdings überflüssig. Nicht an Relevanz verliert dafür das zentrale Argument der Chancengleichheit. Über den ganzen Zeitraum der letzten vierzig Jahre ist es das mit Abstand am häufigsten formulierte Argument. Eine ähnliche Beständigkeit zeigt das Argument «gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit», welches mit dem Gleichstellungsartikel in der Bundesverfassung respektive mit der damals noch fehlenden gesetzlichen Implementierung medial bis in die Gegenwart immer wieder aufgenommen wird. Auffallend ist, dass nach der Annahme des Gleichstellungsartikels in der Bundesverfassung Argumente, welche die Unterschiede zwischen Frau und Mann hervorheben, einen Aufschwung erleben. Ab 1996 dominieren – nebst dem bereits erwähnten Argument der Chancengleichheit – Argumente, welche besonderen Schutz für Frauen und Frauenquoten befürworten und Argumente, welche die Frage, inwiefern Kinder die Frauen an der Gleichstellung hindern, thematisieren oder die Individualität von Frauen hervorheben.

Dem Gleichheitsparadigma verpflichtet

Aufschlussreich sind die Argumente ebenfalls hinsichtlich der theoretischen Verortung. Denn daran lässt sich erkennen, wie der Gleichheitsdiskurs gesellschaftliche verstanden wird. Die häufigsten Argumente über den ganzen Zeitraum von rund 40 Jahren betrachtet beziehen sich auf den Gleichheitsansatz. Sie betreffen etwa Chancengleichheit, gleiche Rechte als Menschenrechte und gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit. Das Kernelement dieser Argumente ist die gesetzliche Gleichheit von Frau und Mann. Sechs Tage vor der Abstimmung zum Frauenstimmrecht schreibt etwa die NZZ, dass das «gleiche Erwachsenenstimmrecht ein klares Gebot der Gerechtigkeit und der richtig verstandenen Rechtsgleichheit darstellt» (1. Februar 1971). Nicht selten wird darauf hingewiesen, dass es um Gleichberechtigung und nicht um Gleichmacherei gehe. Die Dominanz dieser Argumente erstaunt kaum, stellen sie doch den Status Quo und die männlich geprägten Strukturen nicht in Frage.

Ebenfalls dem Gleichheitsansatz zuzuordnen sind weitere Argumente, die jedoch weniger den Imperativ benutzen, sondern vielmehr kausal-temporale Erklärungen für den Status Quo liefern: So wird häufig argumentiert, die momentane Situation sei zu akzeptieren, Frauen müssen sich innerhalb des Systems zurechtfinden, sie seien am Aufholen (vgl. Tages-Anzeiger, 10. Mai 2000: «Frauen in den Medien: Am Aufholen»). Ein typisches Argument, besonders häufig bis Mitte der 1970er Jahre aber auch noch bis Mitte der 1980er Jahre, mahnt, dass Gleichberechtigung Zeit brauche und nur schrittweise erreicht werden könne. Frauen werden um Geduld gebeten. So meint etwa die NZZ: «Das Einschalten einer gemächlicheren Gangart könnte in diesem Falle nur von Gutem und der Vorlage förderlich sein» (17. August 1969).

Die Differenz betonend

Argumente, die sich nach dem Differenzansatz orientieren, sind weniger häufig, zeigen insgesamt allerdings eine grössere Vielfalt als die Gleichheitsargumente. Sie treten vermehrt ab Beginn der 1980er Jahre auf. Die prominentesten Differenz-Argumente beschreiben das männliche System als Hindernis für die Frau und dass sie sich in einem männlich geprägten Umfeld besonders behaupten müsse. So schreibt etwa der Tages-Anzeiger: «Die Strukturen des öffentlichen Bereichs sind von Männern gemacht und nehmen wenig Rücksicht auf weibliche Lebensmuster. (...) Viele der Frauen lehnen es ab, das männlich geprägte Machtmuster zu übernehmen» (20. Juli 1987).

Besonderen Schutz oder spezielle Förderprogramme für Frauen werden gefordert, wie etwa Quoten: «Die Quotenregelung als positive Diskriminierung ist so lange notwendig, als eben die tatsächliche Chancengleichheit der Frauen erreicht wird» (Tages-Anzeiger, 5. Mai 1995).

Positiv konnotiert sind Argumente, welche die Weiblichkeit als Bereicherung oder als Vorteil einschätzen. Letzteres Argument baut besonders stark auf unterschiedliche – stereotype – Charakterzüge von Frau und Mann, die sich im Idealfall ergänzen: Weibliche Attribute – etwa das Intuitive, Kommunikative, Vermittelnde, Konsensorientierte – wirken sich etwa in Männergremien positiv aus. Es gilt, «weibliche Werte ins Berufssystem hineinzutragen» (Tages-Anzeiger, 14. Juni 1982). «Kaderfrauen bringen Mehrwert» titelt etwa die NZZ am Sonntag am 17. April 2005 und weist im Artikel darauf hin, dass auch «Männer sich nicht mehr kategorisch der Erkenntnis verschliessen, dass weibliches Denken die Entscheidungsprozesse im Management bereichern». Dass börsennotierte Firmen in der Schweiz aber nach wie vor gerne auf diese feminine Bereicherung verzichten – auch wenn sie die Rentabilität eines Unternehmens offenbar zu erhöhen vermag –, weist darauf hin, dass Frauen, beanspruchen sie Macht, doch lieber zurückgebunden werden.

Ebenfalls auf die unterschiedlichen Eigenschaften von Frau und Mann weist das Argument «Neuentdeckung der Weiblichkeit» hin, welches oft in der Überhöhung des Mutterglücks gipfelt. Dieses Argument wird auch als Retourkutsche eingesetzt für alle Frauen, die aus Karrieregründen die Reproduktion so lange nach hinten verschieben und (unfreiwillig) kinderlos bleiben. So stellt etwa der Tages-Anzeiger die Frage, ob es sich für Frauen lohnt, «für eine Karriere tatsächlich den drastischen Preis des Verzichts auf Kinder zu leisen» (8. März 2005).

Individualität und pluralistische Lebensformen

Gewisse Argumente können nicht in das dichotome theoretische Gefüge von Gleichheit versus Differenz eingeteilt werden. Insbesondere Argumente, die darauf hinweisen, dass Frauen keine universelle Kategorie, sondern Individuen darstellen, sind ab den späten 1980er Jahren häufig zu finden, wie zum Beispiel im Tages-Anzeiger vom 7. Mai 1999 («Heute wird auf die Pluralität weiblicher Lebenserfahrungen hingewiesen») oder in Le Temps vom 21. März 2000: «Le fait d'être homme ou femme ne doit pas compter. Les seules différences sont les différences personnelles». Sie tragen der zunehmenden Fragmentierung und Individualisierung unserer Gesellschaft Rechnung und thematisieren verschiedene Frauenbiografien.

medien heft

Besonders in den letzten zehn Jahren ist zudem das Bild des «neuen» Mannes stärker ein Thema. Die Individualisierungsargumente sind somit oft verbunden mit Argumenten, welche die starren Vorstellungen von Männer- und Frauenrollen immer mehr auflösen und eine Angleichung der Geschlechter thematisieren: «In den Industriestaaten (...) gleicht sich die Lebenssituationen von Frauen der Lebenssituation von Männern an» (WOZ, 26. September 1997).

Der Backlash mit neuen, alten Argumenten

Im gesamten Zeitraum überwiegen Argumente, die dem Gleichheitsparadigma entsprechen. Insofern stützen die untersuchten Mainstream-Medien diejenigen Argumente, die für Gleichstellung im bestehenden etablierten Polit- und Gesellschaftssystem plädieren und somit gesellschaftlich bestens vertretbar sind.

Seit Mitte der 1980er Jahre stehen die Gleichheitsargumente immer mehr in Konkurrenz mit einer breiten Auswahl anderer Argumente. Sie erreichen Mitte der 1990er Jahre eine grosse Vielfalt, wenn auch einige davon – besonders in den letzten Jahren – kritisch zu kommentieren sind. Vermehrt lassen sich nämlich Argumente finden, welche die gesellschaftliche Situation von Frau und Mann anhand von naturwissenschaftlichen Evidenzen erklären. Abstützend auf Erkenntnisse aus den Naturwissenschaften wie etwa Entwicklungsbiologie, Hirnforschung oder Evolution skizzieren biologistische Argumente eine wahlweise aus der Steinzeit oder aus der Tierwelt adaptierte Rollenzuweisung, die plausibel erklärt, warum Männer eher jagen und Frauen Opfer oder Beute sind. Kulturhistorische oder soziale Einflüsse auf Gender-Rollen werden ausgeblendet. Die Argumente verstärken somit existierende Ungleichheiten. In ihrer Schwarz-Weiss-Darstellung sind sie die perfekten Medienargumente, weil sie viele Nachrichtenwerte enthalten und sich geradezu anbieten für populäre Erklärungen, die in ihrer Schlichtheit einleuchtend scheinen. Dass solche Argumente bei der (nicht nur männlichen) Leserschaft auch positiv aufgenommen werden, darauf weisen die wohlwollenden Leserbriefe hin, welche sich froh darob zeigen, dass endlich wieder jemand die «Sachlage geraderückt» und wissenschaftliche Evidenzen für das eigene, offenbar korrekte Verhalten – beispielsweise die klassische Rollenzuteilung – liefert.

Es wäre allerdings nachlässig, nicht darauf hinzuweisen, dass dieser rückwärtsgewandte Diskurs in den Medien auch auf Kritik stösst, wenn auch nicht oft und nicht in allen hier untersuchten Medien. Gewarnt wird etwa vor der Verherrlichung der Mutterliebe, der so genannten neuen Mütterlichkeit, welche Gebären und Stillen wieder als wichtigsten Lebenszweck der Frauen postuliert, vor biologistischen Erklärungen und davor, dass Frauen mit falschen Versprechen wieder ins Haus gelockt werden. Auffallend ist allerdings, dass diese kritischen Stimmen immer seltener werden. Im Gegenteil, es lassen sich auffällig viele Berichte finden, die den Feminismus bezichtigen, für Ungemach und Nachteile – letztendlich auch zuungunsten der Frauen selbst – sorgt zu haben. Am deutlichsten ist dieser Trend bei der Weltwoche zu beobachten. Anstelle der engagierten Berichterstattung, die sich in den 1990er Jahren noch für die geschlechtsspezifischen Anliegen einsetzte und den beginnenden Backlash kritisierte, wird heute fast schon ein Feminismus-Bashing betrieben.

Schliesslich macht heute ein besonders zweischneidiges Argument in den Medien Karriere: Basierend auf dem Recht auf Wahlfreiheit wird der Frau eine verführerische Alternative zur Doppelbelastung und Berufslaufbahn aufgezeigt. Demnach bedeute die zunehmende Individualisierung für Frauen auch die Freiheit zu wählen, ob sie an der Öffentlichkeit

medien heft

teilnehmen wollen oder ob sie es vorziehen, sich ins Private zurückzuziehen. Dieses Argument unterschlägt die Konsequenzen eines solchen Rückzugs wie etwa der Machtverlust von Frauen in der Öffentlichkeit oder die Aufgabe ihrer ökonomischen Unabhängigkeit. Es überwiegt die Darstellung einer emotionalen Mikrowelt, welche die Frauen, die sich für dieses «opting out» (Vavrus 2007: 55) entschieden haben, entschädigen soll.

Ironischerweise führt das Argument des freiwilligen Rückzugs ins Private – unter dem Deckmantel der Wahlfreiheit – die Frauen dorthin zurück, wo sie einst ihren Kampf für Gleichstellung begonnen haben.

Dr. Martina Leonarz studierte Publizistik, Filmwissenschaft und Populäre Kulturen an der Universität Zürich. Heute ist sie Dozentin am IPMZ - Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Ihre Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Gender und Medien, Risikokommunikation und Medieninhalte. Aktuell arbeitet sie an einem Projekt zur genderspezifischen Medienforschung in der Schweiz, u.a. zum Gleichstellungsdiskurs in den Medien und zu den Berufsbiografien von Journalistinnen.

Zur Forschungsanlage:

Die Langzeitanalyse* des Gleichstellungsdiskurses in Schweizer Medien von 1968 bis 2009 untersucht Beiträge von Blick, Tages-Anzeiger, Neue Zürcher Zeitung (inkl. NZZ am Sonntag), WOZ, Weltwoche, Blick, Le Temps, Le Nouveau Quotidien, 24heures, Le Matin, Sendungen des SF1 und des Radios DRS 1, 2 und 3. Die Gesamtstichprobe umfasst 521 Artikeln und je 50 Radio- und TV-Sendungen. Ausgewertet wurden die Medienbeiträge nach quantitativen und nach qualitativen Kriterien. Zu den quantitativen Kriterien gehören Kontextfaktoren wie Themen, Anlässe, Akteure und Zeitverläufe. Zu den qualitativen Kriterien gehören Argumente und Aussagen, die entweder von journalistischer Seite oder von Zitatenden Dritten stammen und kausale oder erklärende Hinweise über die Situation der Frauen in der Schweiz, den Gleichstellungsdiskurs oder weitere genderrelevante Belange geben. Insgesamt wurden pro Beitrag maximal sechs Argumente in einem offenen Kategoriensystem erfasst. Es resultierten 52 verschiedene Argumente. Für die leichtere Handhabung wurden die 52 Argumente in einem weiteren Schritt nochmals zusammengefasst.

medien heft

Literatur

Boyle, Karen (2005): *Feminism Without Men: Feminist Media Studies in a Post-Feminist Age*. In: Curran, James/ Gurevitch, Michael (Eds.): *Mass Media and Society*. 4th edition. London, pp. 29–45.

Byerly, Carolyn M./ Walker, Danna L. (2007): *L'invisible commémoration de la Journée internationale des Femmes dans les médias américains*. In: *Sciences de la société*. Nr. 70, pp. 165–178.

Byerly, Carolyn M./ Ross, Karen (2006): *Women and Media. A Critical Introduction*. Malden MA.

Chambers, Deborah/ Steiner, Linda/ Fleming, Carole (2004): *Women and Journalism*. London, New York.

Dorer, Johanna/ Klaus, Elisabeth (2003): *Feministische Medienforschung*. In: Bentele, Günter/ Brosius, Hans-Bernd/ Jarren, Otfried (Hrsg.): *Öffentliche Kommunikation*. Wiesbaden, S. 550–564.

Geiger, Brigitte (2002): *Mediale Vermittlung feministischer Öffentlichkeiten*. In: Neissl, Julia (Hrsg.): *Der/Die Journalismus. Geschlechterperspektiven in den Medien*. Innsbruck, S. 91–111.

Marx Ferree, Myra/ McClurg Mueller, Carol (2006): *Gendering Social Movement Theory: Opportunities, Organizations and Discourses in Women's Movements Worldwide*. In: Weckwert, Anja/ Wischermann, Ulla (Hrsg.): *Das Jahrhundert des Feminismus. Streifzüge durch nationale und internationale Bewegungen und Theorien*. Königstein im Taunus, S. 39–60.

Miller, Katherine (2005): *Communication Theories. Perspectives, Processes and Context* (2nd Edition). Boston.

Müller, Catherine/ Sander, Gudrun (2005): *Gleichstellungs-Controlling. Das Handbuch für die Arbeitswelt*. Zürich.

Ross, Karen (2004): *Women Framed: The Gendered Turn in Mediated Politics*. In: Ross, Karen/ Byerly, Carolyn M. (Eds.): *Women and Media. International Perspectives*, pp. 60–80.

Sauer, Birgit (2007): *Soll das Private öffentlich werden? Überlegungen zur Präsentation von Frauen- und Gleichstellungspolitik in den Medien*. In: Koch-Baumgarten, Sigrid/ Mez, Lutz (Hrsg.): *Medien und Policy. Neue Machtkonstellationen in ausgewählten Politikfeldern*. Frankfurt am Main, S.101–120.

Tuchman, Gay (1996 [1979]): *Women's Depiction by the Mass Media*. In: Baehr, Helen/ Gray, Ann (Eds.): *Turning It On. A Reader in Women and Media*. London, pp. 11–15.

Van Zoonen, Liesbet (1996): *Feminist Perspectives on the Media*. In: Curran, James/ Gurevitch, Michael (eds.): *Mass Media and Society*. pp. 31–52.

Vavrus, Mary Douglas (2007): *Opting Out Moms in the News. Selling New Traditionalism in the New Millennium*. In: *Feminist Media Studies* Vol.7/1, S. 47–63.

Ward, Monique/ Harrison, Kristen (2005): *The Impact of Media Use on Girl's Beliefs about Gender Roles, Their Bodies, and Sexual Relationships: A Research Synthesis*. In: Cole, Ellen/ Henderson Daniel, Jessica (Eds.): *Featuring Females. Feminist Analyses of Media*. Washington DC, pp. 3–23.