

## 1 Relevanz der Thematik

Die Massenmedien Zeitung, Zeitschrift, Radio und Fernsehen spielen in unserer Gesellschaft eine zentrale Rolle für die gesellschaftlichen Sozialisation, indem sie Leitbilder und Bewertungen von Umständen und Situationen vermitteln und somit dazu beitragen, Vorstellungen und Einstellungen zu prägen, zu verändern oder auch zu verfestigen.

Entsprechend bedeutsam ist daher auch die Frage, welche *Frauenbilder und -ideale* uns von den Medien tagtäglich in Form von Unterhaltung und Information vermittelt werden. Folgerichtig hat sich die kommunikationswissenschaftliche Genderforschung auch in den letzten Jahren überwiegend mit der *Darstellung von Frauen* in den verschiedenen Medien und Genres befasst (vgl. Küchenhoff 1975, Schmerl 1984, Mühlen-Achs 1990, Fröhlich 1992a; Nickel 1993, Fröhlich/Holtz-Bacha 1995a, Weiderer 1995, Klaus 1998).

Ebenso brisant ist jedoch die Auseinandersetzung mit der Frage, inwiefern sich für Frauen überhaupt die Möglichkeit bietet, auf die Gestaltung der Medieninhalte Einfluss zu nehmen und ihre Sicht der Dinge in den Medien adäquat und gleichberechtigt zur Geltung zu bringen. Es stellt sich also die Frage, unter welchen Bedingungen Frauen in den Medien beschäftigt sind und welchen Einfluss die Berufssituation von Frauen in den Medien auf deren Arbeitsweise und möglicherweise auch auf die Entstehung von Medieninhalten hat.

Bisherige Kommunikator-Studien zeigen, dass die Redaktionen, insbesondere aber die Führungsgremien der deutschen Medienunternehmen von Männern dominiert werden. Es ist anzunehmen, dass allein in Folge dieser zahlenmäßigen Überlegenheit von Männern auch ein Großteil der medialen Inhalte aus einer männlichen Sichtweise heraus gestaltet wird. Neben diesem quantitativen Aspekt stellt sich darüber hinaus aber auch die Frage, welche qualitativen Arbeitsbedingungen

Frauen in Medien- und Kommunikationsberufen vorfinden und inwiefern diese Strukturen Einfluss auf ihre Arbeitsweise haben.

Als moderne Sozialwissenschaft, die für sich beansprucht, soziale und gesellschaftliche Zustände kritisch zu reflektieren und Entwicklungspotentiale aufzuzeigen, ist die Kommunikationswissenschaft gefordert, diesen Fragen in Forschung und Lehre den Stellenwert einzuräumen, der der tatsächlichen Bedeutung dieser Thematik gerecht wird. Diesen wesentlichen Aspekt, der sich mit der Situation und den Arbeitsbedingungen von Frauen in Kommunikations- und Medienberufen befasst und der sicherlich auch helfen kann, zu verstehen, wieso Medieninhalte auf bestimmte Art und Weise gestaltet werden, hat die Kommunikationswissenschaft bisher aber noch nicht vollständig umgesetzt. Das Defizit besteht ganz besonders im Bereich der aktuellen Lehre.

Hier setzt die „Lehr- und Informations-CD-ROM über Frauen in Kommunikations- und Medienberufen“ an.