

**Zeitschrift:** Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung

**Herausgeber:** Rosa

**Band:** - (2003)

**Heft:** 27

**Artikel:** Gender und Medien : Rückblick auf eine Lehrveranstaltung

**Autor:** Leonarz, Martina

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-631789>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 06.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Gender und Medien – Rückblick auf eine Lehrveranstaltung

von Martina Leonarz

**Das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung bietet regelmässig Lehrveranstaltungen zum Thema *Gender und Medien* an. Ein Blick in die Medienforschung zeigt, dass die Geschlechtszugehörigkeit nach wie vor eine wichtige Rolle spielt. Die im Sommersemester 2003 durchgeführte Lehrveranstaltung war trotz Relevanz des Themas nur schlecht besucht. Ein Einblick in die Lehrveranstaltung.**

Vorlesungen, welche feministische Theorien fokussieren, sich mit genderspezifischen Lebenswelten auseinandersetzen und die soziale Konstruktion von Geschlecht ins Zentrum rücken, seien obsolet. Dies, so weiss die *Weltwoche* 43/02 zu berichten, in erster Linie weil die Studierenden zielbewusst und leistungsorientiert ihr Studium angehen und sich in ihrem Pragmatismus theoretisch-kritischen Diskussionen nicht aussetzen wollen. Sie stehen damit stellvertretend für eine ganze Generation, die, hedonistisch und selbstverliebt, das soziale Engagement lieber anderen überlassen. Ob dieses Bild den Studierenden Unrecht tut, soll hier nicht diskutiert werden. Offenkundig ist auf jeden Fall, dass die Lehrveranstaltung *Gender und Medien*, welche bezeichnenderweise nicht leistungsorientiert ist und theoretisch-kritische Diskussionen anstrebt, nicht überrannt wurde. Im locker besetzten Vorlesungsraum nahmen die Zwischenräume während des Semesters sogar zu. Doch Zwischenräume interessieren hier nicht, sondern vielmehr die Stellen, welche die Zwischenräume definieren, die anwesenden Studierenden.

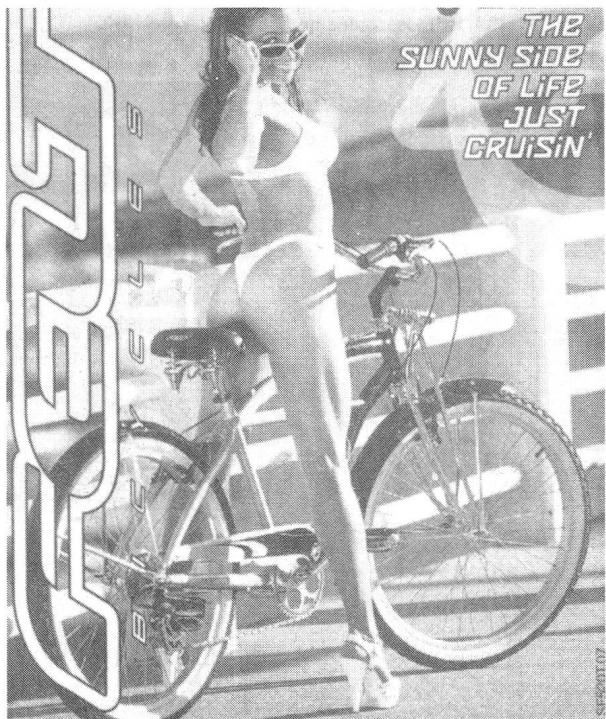
## Gesellschaftliche Relevanz

Gender und Medien bedeutet in erster Linie eine Auseinandersetzung mit dem Gender-Diskurs in den Medien. Davon ausgehend, dass die Medien bei der Konstruktion von Gender – verstanden als historische, kulturelle und soziale Kategorie – eine zentrale Rolle einnehmen, geht es darum, das Verhältnis von Gender und Massenmedien zu analysieren. Wie prägen Frauen und Männer in ihrer journalistischen Tätigkeit die Inhalte von Massenmedien? Wie werden Frauen und Männer in Zeitungen, Zeitschriften, am Radio und im

Fernsehen dargestellt? Welche geschlechtsspezifischen Rollenbilder können in Werbebotschaften gefunden werden? Wie nutzen Frauen und Männer vorhandene Medienangebote? Wie eignen sich Männer und Frauen das Internet an? Das Thema ist von gesellschaftlicher Relevanz und muss in einem weiteren Kontext betrachtet und interpretiert werden.

## Medien als Co-Produzenten von Geschlechterkonstruktion

Mediale Inhalte zum Beispiel liefern nicht spiegelbildlich gesellschaftlich vorfindbare Geschlechterrepräsentationen. Sie reflektieren wohl kulturelle Werte und Ideen, sind aber gleichzeitig als Co-Produzenten im Prozess der Geschlechterkonstruktion involviert. Medien vermitteln, konstruieren und untermauern gängige Bilder. Sie zeigen auf, welche Rollen zu uns Frauen oder Männer passen und welche nicht und plädieren somit für ein bestimmtes Gesellschaftsbild oder versuchen das vorhandene zu rechtfertigen. Medien tragen viel zur Erhaltung des Status Quo bei.



Reklame für 2rad-Messe in Zürich 2003 im Tages-Anzeiger

Diese kurze Erläuterung zeigt auf, dass die Forschungsergebnisse in Sachen Gender und Medien kaum deskriptiv gehalten werden können. Die Befunde der letzten 30 Jahre geben noch keinen Anlass zur Entwarnung, skizzieren sie doch immer noch ein Gesellschaftsbild mit expliziten

Zuweisungen, welche Kritik provozieren muss: Die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht führt zur Benachteiligung in wichtigen Gesellschaftsbereichen. Mögliche Lösungsvorschläge zu artikulieren ist allerdings nur möglich, wenn Klarheit über die normativen Grundpositionen herrscht. Welche Vorstellungen der Gesellschaft, der Medien, der Individuen bestehen? Aufgrund welcher Prämissen? Welches Gesellschaftsbild wollen wir anstreben? Welche Werte stehen im Vordergrund und wie sollen Medien diese vermitteln?

#### **Stellungnahme erwünscht**

Die Beschäftigung mit Gender und Medien provoziert sozusagen eine Selbstposition. Das Thema fordert auf, Stellung zu nehmen, diskursiv ein ideales Gesellschafts- und Menschenbild zu erarbeiten und die notwendige Rolle der Medien zu skizzieren. Das Thema lädt auch ein, das eigene Gesellschaftsbild einzubringen, persönlich Stellung zu nehmen. Und damit sind wir wieder bei den Studierenden, die an der Veranstaltung *Gender und Medien* teilnahmen. In der ersten Sitzung versuchte ich anhand von konkreten Fragen und Beispielen in das Thema einzustimmen und die Studierenden zu ermuntern, zu bestimmten Phänomenen eine eigene Stellung zu beziehen und diese mit mehr als «ich finde» zu begründen: «Mädchen werden in der Schule von Jungen handgreiflich zurückgedrängt. Wie lösen Sie als Verantwortliche das Problem?»; «Was halten Sie von geschlechtsgrenzen Schulen?»; «Kommentieren Sie das Bild des dünnen Models im Tages-Anzeiger!»; «Wie schätzen Sie die Werbung der nackten schwangeren Frau für die Muba 2001 ein?»; «Beurteilen Sie die aktuelle Barbie-Site, welche Barbie als Mutter am Kochherd zeigt!». Die Antworten zu solchen Fragen erlaubten einen ersten Einblick in die Sichtweisen der Studierenden und waren in vieler Hinsicht erkenntnisreich. Sie zeigten auf, dass die Studierenden oft ausweichend antworteten und moderate Lösungsvorschläge bevorzugten. Häufig nahmen sie die implizite Problemstellung in der Frage nicht wahr, kritisierten kaum eine Sachlage oder ein Medienangebot. Offenbar nicht gewohnt, sich im Rahmen einer Vorlesung zu äussern, hielten sich die Studierenden vorsichtig abtastend zurück und bezogen kaum eigene Position.

#### **Keine Extrempositionen**

Dies sollte sich im Laufe des Semesters etwas verändern. Die eingestreuten Übungsbeispiele waren willkommene Abwechslung, schienen zu

Beginn jedoch nur für wenige von diskussionsanregender Wirkung zu sein. Wagte jemand im Plenum eine pointierte Stellungnahme, welche allenfalls Anlass zu einer Debatte und zur erkenntnisreichen Diskussion geführt hätte, stiess sie oder er auf luftleeren Raum. Die Mehrheit der (kleinen) Gruppe liess sich nicht so leicht aus den Reserven locken und blieb still. Erst im Verlauf des Semesters (und nachdem die besagten Zwischenräume zugenommen hatten), ergaben sich Diskussionen nicht nur zwischen Dozentin und Studentin oder Student, sondern auch zwischen den Studierenden. Auffallend dabei war, dass sich nie eine klare Frauen- versus Männerposition ergab. Vielmehr liessen sich viele Einzelstimmen und Einzel-einstellungen feststellen, die sich eher auf die unterschiedlichen Lebensabschnitte und Lebensentwürfe der Teilnehmenden zurückführen liessen. Das Alter, die Berufsposition, sowie die Familien- und Kindersituation beeinflussten die verschiedenen Standpunkte, welche jedoch im Allgemeinen im moderaten Mittelfeld angesiedelt waren. Dabei fiel auf, dass insbesondere die jungen Studierenden oft traditionellere Werte und Normen in Bezug auf Geschlechterzugehörigkeit vertraten.

Zunehmend für den Forschungsgegenstand sensibilisiert fanden die Studierende aktuelle Beispiele in ihrem Umfeld und in den Medien, die sie in die Diskussion einbrachten. Ist nun zum Beispiel die Werbung für ein Geschäft für Bademode sexistisch oder nicht? Die Studierenden führten verschiedene Argumente ins Feld und stellten diese in einen weiteren Kontext, indem sie die eigenen Positionen mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und Forschungsergebnissen verbanden.

Die Schlussevaluation beschied der Veranstaltungen eine gute Note und zeigte, dass insbesondere die Übungen und die praxisorientierten Beispiele geschätzt wurden. Abgesehen einer Wortmeldung einer Studentin, welche die Veranstaltung zu feministisch empfand, wurde weder Inhalt noch vermittelte Wertvorstellung kritisiert. Also doch alles in Ordnung, und es gibt sie doch, die kritischen Initiativen Studierenden? Nicht ganz. Als Dozentin wünsche ich mir für die nächste Veranstaltung etwas mehr und dies in quantitativer wie in qualitativer Hinsicht: einige Studierende mehr, die von Beginn an mehr diskutieren, mehr Mut zur eigenen Position haben und mehr kritisieren.

#### **AUTORIN**

Martina Leonarz ist Assistentin am IPMZ (Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich) und bietet regelmässig Lehrveranstaltungen zum Thema Gender und Medien an. [leonarz@ipmz.unizh.ch](mailto:leonarz@ipmz.unizh.ch)