universität wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Hälfte der Macht in den Medien.

Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von Frauen in der der Politik- Berichterstattung im nationalen Vergleich Österreich- Türkei"

verfasst von / submitted by

Gülden Keles, Bakk.phil

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2016 / Vienna 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	A 066 841
Studienrichtung lt. Studienblatt / degree programme as it appears on the student record sheet:	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Betreut von / Supervisor:	Univ.Prof. Hajo Boomgaarden, PhD, MA

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit bestätige ich, die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst zu haben und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.1.2006) sorgfältig überprüft zu haben. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Ort, Datum Unterschrift

Wien, _____ _____

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG 1

2. DAS VERHÄLTNIS VON POLITIK UND MEDIEN 4

2.1 DER POLITIKBEGRIFF 5

2.2 POLITISCHE KOMMUNIKATION 6

2.3 MASSENMEDIALE POLITIKVERMITTLUNG 7

2.3.1 Politische Funktionen von Massenmedien 8

2.3.2 Politikberichterstattung 10

2.3.3 Politische Medienrealität 11

2.3.4 Normativität, Journalistische Qualität & Mediensysteme 15

3. FEMINISTISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG: GLEICHHEITS- & DIFFERENZANSATZ & (DE-)KONSTRUKTIVISMUS 19

4. GESCHLECHT- MEDIEN- POLITIK: FRAUEN IN POLITIK UND MEDIEN 25

4.1 DAS MEDIAL VERMITTELTE FRAUENBILD 27

4.1.1 Geschlechterstereotype, Annullierung und Trivialisierung 31

4.2 FORSCHUNGSSTAND: FRAUEN IN DER POLITIKBERICHTERSTATTUNG 34

4.2.1 Österreich 41

4.2.2 Türkei 44

5. DAS POLITISCHE SYSTEM DER UNTERSUCHUNGSLÄNDER UND IHR FRAUENANTEIL 49

5.1. ÖSTERREICH 49

5.2 TÜRKEI 51

5.3 MEDIENLANDSCHAFT ÖSTERREICHS 53

5.4 MEDIENLANDSCHAFT DER TÜRKEI 54

6. FORSCHUNGSDESIGN 55

6.1 ERKENNTNISINTERESSE 55
6.2 FORSCHUNGSFRAGEN & HYPOTHESEN 56
6.3 OPERATIONALISIERUNG 57
6.4 MEDIENSAMPLE UND UNTERSUCHUNGSZEITRAUM 60
6.5 METHODENBESCHREIBUNG 62
6.5.1 Das Kategoriensystem & Codebuch 63
6.6 DATENERHEBUNG UND -AUSWERTUNG 65

7. ERGEBNISSE 67

7.1 FORMALE EBENE 67
7.1.1 Medien 67
7.1.2 Länge der Artikel 69
7.1.3 Ressortverteilung & Art der Beiträge 69
7.1.4 Geschlecht des Urhebers 70
7.1.5 Erscheinungsdatum 71

7.2 INHALTLICHE EBENE 72
7.2.1 Medienpräsenz: Hypothese 1 73
7.2.2 Medienpräsenz in Boulevardmedien: Hypothese 2 75
7.2.3 Thematisierung des Aussehens: Hypothese 3 76
7.2.4 Privatleben: Hypothese 5 77
7.2.5 Themen: Hypothese 6 & Hypothese 6 80
7.2.6 Gesamtdarstellung Politikerin: Hypothese 7 83
7.2.7 Zusätzliche Erhebungen 84

8. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE UND DISKUSSION 91

LITERATURVERZEICHNIS 96

ANHANG 110

CODEBUCH 110

UNTERSUCHUNGSMATERIAL 119

ABSTRACT (ENGLISCH) 132

ABSTRACT (DEUTSCH) 134

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1. Politische Funktion von Massenmedien 9
Abbildung 2. Prozess der Nachrichtenkommunikation 14
Abbildung 3. Mediensysteme und Charakteristika 18
Abbildung 4. Paradigmen feministischer Forschung 23
Abbildung 5. Frauen und Männer in traditionellen und digitalen Medien weltweit 29
Abbildung 6. ZIB1 Berichterstattung 1998-2006 42
Abbildung 7. Themenbezogene Berichterstattung in den österreichischen Massenmedien- zweite Jahreshälfte 43
Abbildung 8. Präsenz von Frauen als Hauptakteurinnen nach Themen. 44
Abbildung 9. Frauenanteil im türkischen Parlament nach Jahren und Partei 46
Abbildung 10. Persönlichkeitszuordnungen nach Geschlecht 47
Abbildung 11. Frauenanteil im Nationalrat 50
Abbildung 12. Wiener Landtags- und Gemeinderatswahl 51
Abbildung 13. Parlamentswahl November 2015 52
Abbildung 14. Frauen im türkischen Parlament 52
Abbildung 15. Reichweite der österreichischen Tageszeitungen 53
Abbildung 16. Häufigkeit der Artikel aufgeteilt nach Medium 68
Abbildung 17. Länge der Artikel 69
Abbildung 18. Erscheinungsdatum 72
Abbildung 19. Politikerinnen in den untersuchten Medien 74
Abbildung 20. Politiker in den untersuchten Medien 74
Abbildung 22. Thematisierung des Aussehens von Politikerinnen 76
Abbildung 23. Nennung des Partners von Politikerinnen 78
Abbildung 24. Nennung des Partners von Politikern 78
Abbildung 25. Hauptthemen der Beiträge nach Ländern 81
Abbildung 26. Hauptthemen der Beiträge Türkei 82
Abbildung 27. Hauptthemen der Beiträge Österreich 82
Abbildung 28. Geschlecht des Urhebers im Zusammenhang Darstellung PolitikerIn 84
Abbildung 29. Gesamtzahl Bilder in der Berichterstattung 85
Abbildung 30. Bilder nach Geschlecht 86
Abbildung 31. Beispiel für ein positiv codiertes Bild 87
Abbildung 32. Beispiel für ein neutral codiertes Bild 87
Abbildung 33. Beispiel für ein negativ codiertes Bild 87

Abbildung 34. Bild von Einzelpersonen Österreich 88
Abbildung 35. Benennung politischer Akteur 89
Abbildung 36. Häufigkeit der Zitate 90
Abbildung 37. Yüksekdag beim Nähen 92
Abbildung 38. Kocoglu mit Partnerin 93

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1. Artikel gesamt 67
Tabelle 2. Ressortverteilung aller Artikel 70
Tabelle 3. Geschlecht des Urhebers 71
Tabelle 4. Kreuztabellte Politikerinnen in Boulevardmedien 75

1. Einleitung

„Obwohl sich Frauen in allen Teilen der Welt bis an die Spitze durchgesetzt haben, scheinen immer noch Männer die Politik zu bestimmen. Überraschend ist das nicht, denn Männer waren einfach früher da: Seit Jahrhunderten schon haben sie Politik gemacht und hatten Zeit, die Spielregeln festzulegen. Frauen haben es daher schwer in der Politik, und nach wie vor gilt: Je höher die politische Ebene, desto dünner ist die Luft für Frauen (Holtz- Bacha, 2009:3).

Jährlich erscheint der *The Global Gender Gap Report* vom World Economic Forum um die Chancengleichheit von Männern und Frauen in verschieden Bereichen des gesellschaftlichen Lebens zu analysieren. Neben Bildung, Gesundheit und wirtschaftlicher Beteiligung misst der Bericht „political empoverment", also die Beteiligung an politischer Macht. Die Skala Politik zeigt in allen Ländern die größte Kluft zwischen Männern und Frauen. Viele europäische Staaten, vor allem skandinavische, belegen erste Plätze. Allerdings nimmt Österreich in diesem Ranking 39 - die Türkei Platz 105 ein. (vgl. The Global Gender Gap Report, 2015:18) Ein weiterer Befund, *Atlas of Electoral Gender Quotas,* von der interparlamentarischen Union, untersucht unter anderem die geschlechtsspezifische Zusammensetzung von Regierungen. Von ungefähr 140 Ländern ist Österreich an 35. Stelle, die Türkei an 79. Stelle. (vgl. IPU, 2015)

Die vorliegenden Daten belegen, dass Politik ein überwiegend männliches Geschäft ist. Gesellschaftliche Vorstellungen über Politiker, und deren Verhalten sind fest verankert. Damit Frauen in der Politik in höhere Positionen gelangen können, müssen ihre Stimmen die Wählerschaft erreichen. „Eine entscheidende Rolle für die Karriere- & Wahlchancen von Frauen in der Politik spielen Medien" (Holtz-Bacha, 2008: 13). Medien haben die Aufgabe der Vermittlerrolle zwischen Öffentlichkeit und politischen Akteuren. Besonders zu Zeiten von Wahlen sollten sie die Funktion zur Förderung des Demokratieverständnisses ausführen.

Die Türkei ist eine der wenigen demokratischen Staaten der Welt, dessen Bevölkerung zu 99% muslimischen Glaubens ist. Wenn es um die Behandlung von Frauen geht, zeigen öffentliche Meinungsumfragen fundamentale Differenzen zwischen westlichen und islamischen Gesellschaften. Bei der weltweiten Werte- Erhebung rangieren islamische Bevölkerungen auf der Skala

Gender Equality relativ weit unten. (vgl. worldvaluessurvey.org) Obwohl es keine systematischen Studien zur Bewertung der Politikerinnen in überwiegend muslimischen Gesellschaften gibt, existieren ethnographische Befunde, die die patriarchale Politik in der Türkei vorweisen. (vgl. Matland/Tezcür, 2011:365ff.) Im Zuge der Modernisierungsprozesse in den 1920er und 30er Jahren durch Staatsgründer Atatürk, galt die Emanzipation der Frau als ein wichtiger Bestandteil. Die Einführung des aktiven als auch passiven Wahlrechts erfolgte 1934 – bereits vor vielen europäischen Ländern wie Frankreich oder Italien. In der großen Nationalversammlung (Parlament) lag der Frauenanteil im Jahr 1935 bei 4,5%. Heute, nach über 80 Jahren, machen Politikerinnen knapp 15% der Abgeordneten aus (siehe Kapitel 5.2). (vgl. bpb, 2014)

Vergleichsmaßstab der Türkei wird Österreich sein, ein Land das Grundwerte der Europäischen Union trägt. Laut dem Wertverständnis im Reformvertrag von Lissabon (Absatz 3), wird die Gleichstellung von Frau und Mann explizit definiert. (vgl. parlament.gv (a)) Es wird dennoch angenommen, dass in der politischen Praxis- und damit einhergehend- in der medialen Berichterstattung Geschlechterdifferenzen auffindbar sind.

Vor diesem Hintergrund soll im Rahmen dieser Magisterarbeit untersucht werden, wie Medien über Frauen in der Politik berichten und in wie fern Geschlechterunterschiede in der Berichterstattung bestehen. Die Analyse bezieht sich auf zwei Länder: Österreich und die Türkei. Besonderes Augenmerk der empirischen Forschung ist, wie sich die Frauendarstellung in der Politikberichterstattung in den Ländern beweist und auf welche länderspezifischen Unterschiede die Analyse stößt. Die Wahl fällt auf Österreich und die Türkei, da die Länder unterschiedliche Charakteristika hinsichtlich Mediensystem, Politik und Kultur aufweisen.

Auf folgende konkrete forschungsleitende Frage sollen im Rahmen dieser Arbeit Ergebnisse erzielt werden: In wie fern gibt es Unterschiede in der Darstellung der Frauen in der Politik in der Berichterstattung in den Ländern Österreich und Türkei?

Zum Einstieg werden zentrale Theorien und Begriffe zum Verständnis von Politik und dem Verhältnis von Politik und Medien gegeben. Die Einordnung des Themas wird unterstrichen, indem Theorieansätze der feministischen Kommunikationswissenschaft und deren Bedeutung für die empirische Forschung in Hinblick auf Geschlecht und Medien erläutert werden. Im vierten Kapitel tastet sich der theoretische Teil an das Verhältnis Frauen und Politik heran und gibt einen Überblick über wichtig erscheinende internationale Studien. Somit können die, später im empirischen Teil, aufgestellten Hypothesen begründet werden. Nach Erläuterung der länderspezifischen Medienlandschaften und politischen Systemen in Kapitel fünf, folgt der empirische Teil. Das Kapitel sieben gliedert sich in formale und inhaltliche Ergebnisse und versucht die wesentlichen Auswertungen allgemein und länderspezifisch darzulegen. Zum Schluss wird die Magisterarbeit resümiert.

2. Das Verhältnis von Politik und Medien

Politik ist Gegenstand unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen und deren theoretischen Zugängen. Eines ist jedoch unumstritten: Politik und Kommunikation sind wechselseitige Systeme und somit eng miteinander verbunden, denn „Politik ist nicht denkbar ohne Kommunikation“ (Schulz, 2008:13). Politische Kommunikation ist, besonders durch die Omnipräsenz von Massenmedien allgegenwärtig, weil Medien die Rolle der wichtigsten Vermittlungsinstanz übernehmen. Das Spannungsverhältnis besteht aus einer Art Tauschbeziehung- Information gegen Publizität. (vgl. Sarcinelli, 2001: 84) Daraus leitet sich die interdependente Beziehung zwischen Medien und Politik ab.

In der wissenschaftlichen Diskussion bestehen aber auch andere Ansichten zum Verhältnis von Politik und Medien. Zum einen gibt es das Gewaltenteilungsparadigma, das die bereits bekannte Ansicht der Medien als die vierte Macht vertritt. Hierbei ist die Autonomie der Medien gewährt wenn wirtschaftliche Unabhängigkeit besteht. Zum anderen, besagt das Instrumentalisierungsparadigma, dass ein Dominanz-Dependenz-Verhältnis zwischen Politik und Medien herrscht. Kennzeichnend sind zwei Ausprägungen. Die Dominanzthese geht von einem Verlust der Unabhängigkeit der Medien aus, indem Politik versucht Medien zu instrumentalisieren (z.B Ausbau von Pressestellen). Demgegenüber steht die Dependenzthese, welche den Medien eine starke Einflussnahme auf Politik unterstellt. Die Rolle der Medien als rein vermittelndes Instrument verschiebt sich auf ein mitregierendes. Dieses Paradigma setzt eine Über- oder Unterordnung zwischen beiden Systemen voraus. In der Publizistikwissenschaft dominiert die Ansicht, dass zwischen Medien und Politik ein aufeinander bezogenes Handeln besteht. Die aktuelle Sichtweise ist demnach dem Symbioseparadigma einzuordnen. (vgl. Jarren/ Donges, 2002: 26)

Um in weiterer Ausführung auf die Leistung von Medien im politischen Wirkungsbereich einzugehen, wird im folgenden Kapitel ein Versuch vorgenommen den Begriff Politik klarzustellen. Dies dient in weiterer Folge zum

besseren Verständnis des Zusammenspiels, der Rolle und Interaktion von Medien und Politik.

2.1 Der Politikbegriff

„Niemand wird erwarten, dass der Begriff 'Politik' knapp, klar und einmütig definiert werden könnte. Was´Politik´ sei und was sie nicht sei, ja schon, was eine Definition von 'Politik' überhaupt solle und was sie nicht solle, darum wird seit jeher gestritten. […] Einen kurzen, gut ausgeschilderten und einhellig empfohlenen Weg zum Verständnis von 'Politik' gibt es also nicht“ (Alemann, 1994:12).

Tatsächlich gibt es keine allgemeingültige Definition von Politik. Jarren und Donges nennen drei Gründe. Erstens, weil Politik ein gesellschaftliches Phänomen ist, das über den Rahmen der gesamtgesellschaftlichen Handlungen und aller alltagssprachlich gebrauchten Begriffe hinausläuft, und sich somit nicht eingrenzen lässt. Die zweite Begründung verweist auf die Interdisziplinarität des Faches, und dessen Behandlung in unterschiedlichsten Bezugsrahmen. Drittens unterscheidet sich Politik in der Dimension und dem Ansatz, unter dem sie betrachtet wird. Politikbegriffe sind teilweise kontrovers, darunter fallen normative, deskriptive, gouvernementale, emanzipatorische, konfliktorientierte und konsensorientierte. Folglich deutet der Versuch einer Definition von Politik unmittelbar auf ein bestimmtes wissenschaftstheoretisches Konzept. Neben diesen unterschiedlichen Verständnissen bewährten sich in der Politikwissenschaft drei Dimensionen, die die Komplexität des Politikbegriffs kategorisieren. Diese beziehen sich auf die inhaltlichen, institutionellen und prozessualen Aspekte von Politik. (vgl. Jarren/ Dognes, 2011, 14ff.)

- **Polity**

Darunter versteht die Politikwissenschaft den formalen Rahmen, wie Staatsstrukturen, Verfassung oder Gesetzte, welche Voraussetzungen für Politik an sich sind. Für die politische Kommunikation, treten jene Normengefüge wie Meinungs- und Medienfreiheit als Basis für funktionierende Demokratien in den Vordergrund. (vgl. ebd: 14ff.)

- **Politics**

Unter politics sind verfahrensmäßige Dimensionen wie zum Beispiel Entscheidungsprozesse, einzuordnen. Hauptsächlich geht es hierbei um die Frage wie politische Parteien Interessen durchsetzen. Von Bedeutung sind Machtverhältnisse, und Akteurskonstellationen der Handelnden und deren Zugangsmöglichkeiten zu Medien in Bezug auf politische Kommunikation. (vgl. ebd.:14ff.)

- **Policy**

Policy befasst sich mit den Inhalten, den sogenannten Politikfeldern wie Innen- oder Sozialpolitik. Augenmerk sind gesellschaftliche Probleme, welche sich zugleich als Analysegegenstand der politischen Kommunikation ausweisen, in dem die mediale Darstellung der Themen hinterfragt wird. (vgl. ebd.:14ff.)

2.2 Politische Kommunikation

In der Literatur lassen sich eine Vielzahl von Definitionsversuchen für politische Kommunikation finden. Kommunikation und Politik sind aber beides Konzepte und Handlungssysteme, die durch ihre Grenzenlosigkeit und Hyperkomplexität gekennzeichnet sind. (vgl. Saxer, 1998: 16ff.) Diese Charakteristika erschweren eine umfassende Begriffsbestimmung im Sinne der Kommunikationwissenschaft. Jarren und Donges stellen fest, dass den meisten Definitionen von politischer Kommunikation eine analytische Trennung zwischen Herstellung von Politik und ihrer Darstellung zu Grunde liegt. Stattdessen sollten diese Elemente vereint werden, da politische Kommunikation aus dem Zusammenspiel von Medien, Politik und RezipientInnen lebt. (vgl. Jarren/Donges, 2011: 16ff)

Bei den Überlegungen einer Begriffseingrenzung hält Schulz an politischen Akteuren fest. Zu diesen zählen Individuen und Gruppen wie Parteien, Verbände, Organisationen, die in einer politischen Rolle handeln und „[…] sind beteiligt Entscheidungen mit bindender Wirkung über die Verteilung von Macht und Ressourcen herbeizuführen und durchzusetzen“ (Schulz, 20008: 16).

Sein Ansatz führt zu folgender Definition: „Politische Kommunikation ist die Kommunikation, die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist, oder die auf politische Akteure oder ihre Aktivitäten gerichtet ist“ (Schulz, 20008: 16). Folglich, sind Politikerinnen und Medien, voneinander abhängige Handlungssubjekte, die bei der Gestaltung von politischer Kommunikation mitwirken.

Ergänzende Aspekte finden sich in Grabers Definition, welche implizit die Wirkung der Medien anspricht und somit deren Stellenwert im politischen Geschehen verdeutlicht. „*Politische Kommunikation beschäftigt sich mit der Produktion, Mitteilung, Verbreitung von Kommunikationsbotschaften, die das Potential haben, ein substantieller, direkter oder indirekter Effekt auf politische Prozesse auszuüben. Besonders Medien wird diese Macht zugetraut*“ (Graber, 2005:479, zitiert nach Sarcinelli, 2009:19).

2.3 Massenmediale Politikvermittlung

Durch die steigende Zahl der Medienangebote und die differenzierten Formen durchdringen Massenmedien, sowohl quantitativ als auch qualitativ, die Alltagserfahrung von Individuum und Gesellschaft, aber auch nahezu alle Bereiche moderner Gesellschaften. Dieser fortschreitende soziale Wandlungsprozess erweist sich als Medialisierung, wovon Politik besonders betroffen ist. (vgl. Jarren/Dognes, 2011: 23; Dognes, 2008: 21; Schulz, 2008: 19) Im Hinblick auf politische Kommunikation ist Medialisierung als Sammelbegriff für Phänomene unterschiedlicher Qualität und Reichweite gebraucht worden,wie etwa bestimmte Inszenierungspraktiken der Politik. (vgl. Louw, 2005:22) Nach Schulz betreffen die Folgen der Medialisierung die Interaktion zwischen PolitikerInnen (politics), die Bestimmung politischer Themen (policy) und die normative Ordnung von Politik (polity). Die Kommunikationswissenschaft fragt primär nach der Wirkung der Medialisierung auf die Demokratiequalität, und in weiterer Folge den Einfluss auf die Struktur von politischer Öffentlichkeit und der Beteiligung von AkteurInnen. (vgl. Schulz, 2008:37ff.) In Anbetracht der übermächtigen Stellung der Medien, könnte in weiterer Folge für die vorliegende Arbeit gefragt werden, wie die Medialisierung die Darstellung der Beteiligung von

politischen AkteurInnen beeinflusst. Hierfür muss die Realitätskonstruktion der medialen Berichterstattung erläutert werden, welche im Kapitel 2.3.4 erarbeitet wird.

Infolge dessen kann festgehalten werden, dass den Massenmedien große Bedeutung seitens PolitikerInnen, beigemessen wird. Erst durch Massenmedien können PolitikerInnen an ein breites Publikum appellieren. Daraus leitet sich wiederum ab, dass Massenmedien die Voraussetzung für das Entstehen einer (politischen) Öffentlichkeit sind. In diesem Zusammenhang kommt in demokratischen Gesellschaften sowohl Massenmedien als auch der Politikberichterstattung eine besondere Verantwortung zu. Beide stellen Öffentlichkeit her, die für eine politische Willensbildung unabdingbar ist. Die Wahrnehmung von politischen Themen ist weitgehend abhängig von der medialen Darstellung. (vgl. Schulz, 1997: 47ff.; Fengler/Vestring, 2009:35)

2.3.1 Politische Funktionen von Massenmedien

„Die politischen Funktionen meinen all jene Leistungen der Massenmedien, welche diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als politisches System zu erbringen haben“ (Burkart, 2009: 390). Den Massenmedien werden essentielle Funktionen in demokratischen Systemen zugeordnet. Ganz zentral ist die bereits erwähnte Herstellung von Öffentlichkeit indem Informationen von Medien veröffentlicht werden. Politische Entscheidungen, die im Idealfall den Willen der Mehrheit zum Ausdruck bringen, sollten in der Öffentlichkeit legitimierbar sein. Durch die Bereitstellung von politischem Wissen jeglicher Art, sollen BürgerInnen befähigt sein zu partizipieren. Der Informations- und Bildungsfunktion wird ein starker Bedeutungszuwachs eingeräumt, weil direkte politische Erfahrungen von Menschen abnehmen. Daher hat die Informationsfunktion, eine gesonderte Stellung, da diese zur Erweiterung des Wissens der Bürger und einer Meinungsbildung dient. (vgl. Bernauer et al., 2013: 376ff.) Auch hier gilt: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann,1996:9).

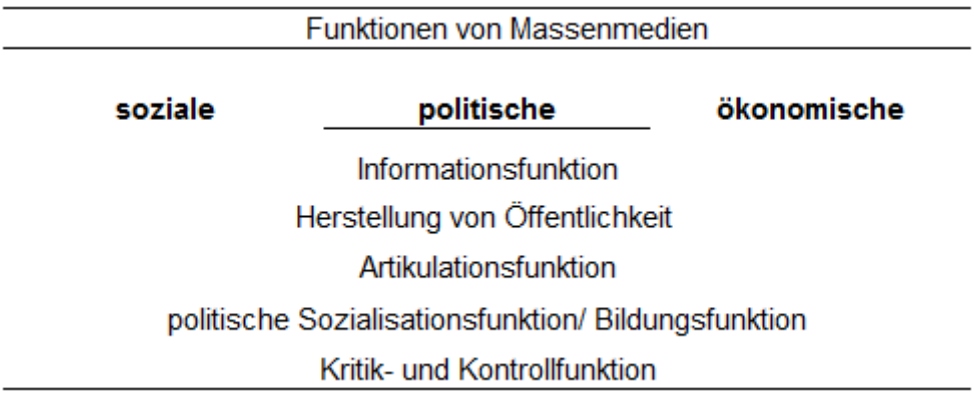

Abbildung 1. Politische Funktion von Massenmedien
(Eigene Darstellung nach. Burkart, 2009:389)

Von der Informationsfunktion ist die Artikulationsfunktion nicht eindeutig abzugrenzen, denn diese strebt nach Meinungsvielfalt und dem Ausdruck von Interessen bestimmter Gruppen wie Parteien, Verbände oder Interessensgruppen. Die Artikulationsfunktion fungiert somit als Sprachrohr. Der Journalismus nimmt die Funktion des Übersetzers ein, indem er Informationen sammelt, auswählt und veröffentlicht. (vgl. Burkart, 2002:393)

Medien sind neben Vermittlungs- zugleich Sozialisationsinstanzen. Erfahrungen des Individuums können nicht nur in Primärgruppen gesammelt werden, weil sich der Grad der gesellschaftlichen Differenzierung erhöht. Der menschliche Sozialisationsprozess erstreckt sich über das ganze Leben, indem Massenmedien eine tragende Rolle spielen. So gilt für die politische Sozialisation die Vermittlung von Verhaltensmuster und –normen, Einstellungen, Handlungsbereitschaft oder von Rollenbildern. Diese Leitbilder betreffen mit Sicherheit Geschlechterrollen in der Politik. (vgl. Ronneberger, 2002:61)

Da die politische Meinungs- und Willensbildung, Informiertheit und gewisses politisches Wissen voraussetzt, grenzt die politische Bildungsfunktion an der Informations- und Sozialisationsfunktion an. In Hinblick auf die politische Funktion der Medien ist Bildung als jener Prozess zu verstehen, indem Informationen aus den Medien aufgenommen und zusammenhängend begriffen werden. (vgl. Burkart, 2009: 395)

Eine weitere politische Funktion der Massenmedien ist die Kritik- und Kontrollfunktion. Diese geht einher mit dem gewaltenteilenden Paradigma, welches besagt, dass Medien die informelle Rolle der vierten Gewalt einnehmen. Schließlich setzt eine funktionierende Demokratie freie, bzw. unabhängige Medien voraus, die in der Lage sein dürfen Kritik über politische Ereignisse auszuüben. Deshalb werden Medien in diesem Zusammenhang oft als die „Wachhunde der Demokratie“ (watchdogs) bezeichnet. (vgl. Banahl/ Donges, 2011)

2.3.2 Politikberichterstattung

Politikberichterstattung ist eine Form der Politikvermittlung und zugleich ein Produkt des Politikjournalismus, welche sich wiederum als eine Subkategorie des Journalismus erweist. Die Verantwortung, die dem Politikjournalismus zukommt, wurde bereits im vorhergehenden Kapitel anhand der politischen Funktionen von Massenmedien erläutert. Trotzdem ist an dieser Stelle erneut zu unterstreichen, dass Medien als vierte Gewalt zwar keine Stellung als aktive Politikgestalter (im Sinne von Durchsetzung) einnehmen, aber dennoch durch die Politikberichterstattung politische Ereignisse beeinflussen und in dieser Form mitwirken. Politik ist ein überwiegend massenmedial vermitteltes Geschehen, das politische Realität durch Publizität mitkonstruiert. (vgl. Sarcinelli, 1998: 702)

Leistungen, die der Journalismus in Hinblick auf Politikvermittlung erbringt differenzieren sich in Abhängigkeit von der Mediengattung, weil es nicht „das Medium“ für Politikvermittlung gibt. Vielmehr besteht die mediale Politikvermittlung aus einem Netzwerk von verschiedenen Medien. Weitere Indikatoren für die Art der Politikvermittlung ist die interne Verfasstheit von Medien als Organisation, die Redaktionslinie, sowie ökonomische Bedingungen. (vgl. Jarren/ Donges, 2011: 261ff.)

Bei der Betrachtung der Politikvermittlung in der Presse ist neben den letzteren Faktoren auch die Unterscheidung der Mediengattungen relevant. Auf Grund von Strukturierungsleistungen (zeitliche, soziale und sachliche), die überregionale Qualitätszeitungen erbringen, wird ihnen große Bedeutung als politisch

relevantes Medium zugesprochen. (vgl. ebd.: 262). „*Durch ihre periodische Erscheinungsweise tragen Printmedien – aber zunehmend auch die elektronischen Medien – zur zeitlichen Strukturierung von politischen Prozessen bei Akteuren wie Rezipienten bei. Politische Akteure richten sich mit ihren politischen Themenangeboten am Erscheinungsrhythmus aus. Im Unterschied zu den anderen Medien begleiten die Printmedien politische Prozesse stetiger und berichten darüber in größerem Umfang"* (ebd.:262).

Auf Grund des Überangebots von Datenbanken, Online- Diensten oder Blogs im Netz, entsteht Unübersichtlichkeit. Dennoch kann nun davon ausgegangen werden, dass Onlineversionen von etablierten Tageszeitungen zu den relevanten Informationsanbietern zählen. Sie zeichnen sich besonders durch ihre Aktualität aus. Eine Statistik (2015) zeigt, dass bei der Internetnutzung nach Verwendungszweck die aktuellste Version einer Zeitung bzw. Zeitschrift am meisten in Anspruch genommen wird. (vgl. Statista.com, 2016) Auch die Erhebung der Statistik Austria kommt zu diesem Ergebnis: 57% der Befragten (im Alter von 16-74 Jahren) nutzen das Internet zum Lesen oder Herunterladen von Online- Nachrichten bzw. Online-Zeitungen. (vgl. Statistik Austria, 2012: 13)

2.3.3 Politische Medienrealität

Warum werden bestimmte politische Themen publiziert, und andere nicht? Über welche politischen AkteurInnen wird berichtet? Empirische Inhaltsanalysen bestätigen die verzerrte, einseitige und ungenaue politische Berichterstattung. (vgl. Schulz, 2008:65; Jarren/ Donges, 2011: 265) Einige Vorüberlegungen: Wenn wir alles Wissen über das politische Geschehen durch die Massenmedien in Erfahrung bringen und davon ausgehen, dass Massenmedien ihren Normen Objektivität, Unparteilichkeit, Wahrheit und Ausgewogenheit nicht folgen, dann können RezipientInnen nur bedingt Rückschlüsse auf Strukturen von Gesellschaft, Machtverteilung und tatsächliche Ereignisse ziehen. Die Publizistik- und Kommunikationsforschung beschäftigt sich schon seit langem, sowohl theoretisch als auch empirisch, mit der Beziehung zwischen Massenmedien und Realität. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung zur Rolle der Medien als Vermittlungsinstanz sind zwei wesentliche Denkrichtungen vorhanden. Der

Realismus, der besagt, dass die Medien Wirklichkeit spiegeln oder projizieren, steht im Gegensatz zum Konstruktivismus, in der Medien Wirklichkeitsbilder generieren, beziehungsweise konstituieren. In dieser Hinsicht ist relevant welches Politikbild Medien vermitteln. Die Auffassung, dass Medien nicht Spiegel der Realität sind dominiert seither. Infolgedessen herrscht offensichtlich ein Widerspruch zwischen den politischen Funktionen der Massenmedien und den daraus hervorgehenden Ansprüchen auf Objektivität und Vollständigkeit und der eigentlichen Berichterstattung. (vgl. Burkart, 2002: 407ff.)

Politikberichterstattung gilt als das Ergebnis von Aushandlungsprozessen, weil der publizierte Inhalt durch Beobachtung, Selektion und Interaktion zu Stande kommt. (vgl. Jarren/ Donges, 2011:255ff.) Die Frage nach dem Verlauf der Informationsverarbeitung ist demnach abhängig von, erstens, professionellen Konventionen des Journalismus, und zweites, von Einflüssen der Produktionsbedingungen der Medien. (vgl. Schulz, 2008: 65) Im Sinne der thematischen Eingrenzung wird nur bedingt auf das letztere Bezug genommen.

„Das Ergebnis einer eindrucksvollen Zahl von Studien über die Beziehung zwischen Medien und Realität lautet, kurz zusammengefasst, dass die Massenmedien die Wirklichkeit nicht repräsentieren und schon gar nicht widerspiegeln“ (Schulz, 2008:65). Schulz spricht von einer Politik- Illusion in den Medien, weil die mediale Berichterstattung niemals ein Abbild der Wirklichkeit schaffen kann, im Sinne einer umfassenden oder vollständigen Berichterstattung. Tatsächlich lässt sich genau das Gegenteil beobachten. (vgl. ebd: 65)

„Ereignisse werden erst dann zu Nachrichten, dass sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden. Nur durch die Unterbrechung und Reduktion der raum-zeitlichen Kontinuität der Ganzheit des Weltgeschehens lässt sich Realität umsetzen in Nachrichten“ (Burkart, 2002: 275).

Für die Abweichungen von Objektivität und Wahrheit gibt es theoretische Erklärungsmodelle. Burkart fasst die Ansätze, die sich mit dem Zustandekommen von Medienrealität, bzw. Medieninhalten beschäftigen, in zwei Gruppen zusammen.

Das Konzept des Journalisten als Schleusenwärter wirft zwei Forschungstraditionen aus, welche sich mit Einflussfaktoren im Prozess der Nachrichtenauswahl beschäftigen. In den 1950er Jahren entwickelte sich die Gatekeeper- Forschung, dessen Erkenntnisinteresse das subjektive Selektionsverhalten der JournalistInnen bei der Nachrichtenauswahl ist. Die Entwicklung der Gatekeeper- Forschung zeichnet unterschiedliche Einflussgrößen und Perspektiven auf. Der individualistische Ansatz besagt, dass Auswahlkriterien der JournalistInnen auf subjektiven Werturteilen und Einstellungen beruhen. Die institutionelle Perspektive berücksichtigt die Einbindung des Kommunikators in eine Organisation. Hier spielen Faktoren wie die redaktionelle Linie eine Rolle. Schließlich geht der kybernetische Ansatz von einem viel geringfügigerem Einfluss des einzelnen Gatekeepers aus, begründet durch die Medienorganisation als dynamisches Kommunikationssystem. Demzufolge sind Selektionsentscheidungen abhängig von einer mehrstufigen Rangordnung der Organisation und müssen demensprechend viele Gatekeeper durchlaufen. (vgl. Raupp/Voegelsang, 2009: 44ff.; Burkart, 2002: 276)

Die zweite Forschungstradition nennt sich News Bias. „Die Nachrichten-Bias-Forschung befasst sich mit der Frage, inwiefern Medienrealität als sekundäre Wirklichkeit in vielen Fällen nicht mit der sog. primären Realität übereinstimmt“ (Bonfadelli, 2002: 50). Die Theorie geht von einer unausgewogenen medialen Präsentation- zumeist von politischen Themen- aus, auf Grund von subjektiven Präferenzen und politischen Tendenzen. „*Bias gilt als Fehlverhalten, das politischen Vorurteilen oder Absichten der Journalisten (auch der Verleger bzw. Programmverantwortlichen) zuzuschreiben ist, deren (Partei-)politische Einstellungen unwillkürlich oder absichtsvoll die Medieninhalte einfärben. Man würde im Deutschen eine solche Berichterstattung als tendenziös oder parteilich bezeichnen*“ (Schulz, 2008:65). Die Erklärung für eine politisch- ideologisch motivierte Einseitigkeit in der Berichterstattung sind laut Schulz News Bias.

Den Grund für Verzerrungen in der Berichterstattung sieht Östgaard in Nachrichtenwerten, den die Journalisten den Nachrichten verleihen möchten, um diese für das Publikum interessanter zu machen. (vgl. Östgaard, 1965:39) Die

Nachrichtenwert-Theorie stellt die dritte Forschungstradition dar. Im Gegensatz zur Gatekeeper- Forschung, setzt die Nachrichtenwert-Theorie bereits im Selektieren der Ereignisse an und begründet die Publikationswürdigkeit der Ereignisse. Je mehr Nachrichtenfaktoren zutreffen, desto größer ist der Nachrichtenwert der Berichterstattung. Die Nachrichtenfaktoren wurden mehrmals bearbeitet, erweitert und systematisiert. (vgl. Burkart, 2002: 279ff.)

Kepplinger gruppiert die drei Ansätze anders als Burkart, und zwar in intrinsische und extrinsische. Intrinsische Faktoren sind jene, die in der Nachrichtenproduktion an sich auftauchen oder angelegt sind. Die Gatekeeper-Forschung und Nachrichtenwert- Theorie sind laut Kepplinger intrinsisch, da diese nach den Einflüssen bei der Auswahl und Verarbeitung von Themen, Ereignissen oder Argumenten zu Nachrichten fragen. Während die News- Bias Forschung als extrinsisch eingestuft wird, das heißt bei der Nachrichtenauswahl handelt es sich um einen Willkürakt. (vgl. Schulz, 2008:87ff.)

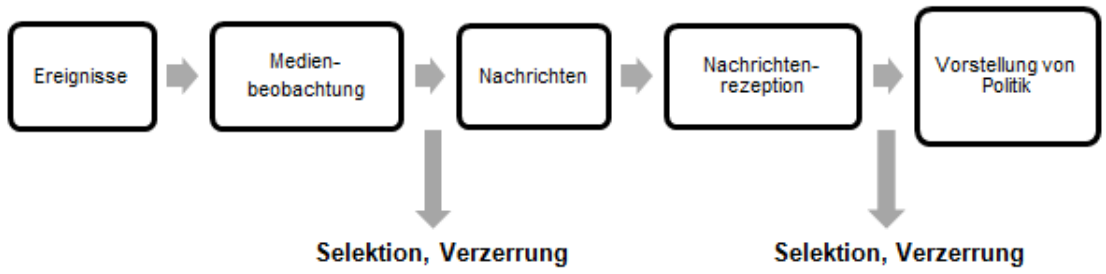

Abbildung 2. Prozess der Nachrichtenkommunikation
(Eigene Darstellung nach Schulz, 2008:94)

Die Abbildung 2 veranschaulicht den Prozess der von einem Ereignis bis zum medial vermittelten Politikbild, welche die subjektive Meinung und Vorstellung der Individuen von Politik prägt. Dieser Prozess der Nachrichtenkommunikation vereint intrinsische und extrinsische Faktoren.

2.3.4 Normativität, Journalistische Qualität & Mediensysteme

Zusammenfassend kann behauptet werden, dass die politische Berichterstattung verzerrt, unvollständig und parteiisch wahrgenommen wird. Die theoretische Auseinandersetzung der vorangegangen Kapitel über die medienvermittelte Politikberichterstattung deutet - durch das Heranziehen von kommunikationswissenschaftlichen Modellen- auf Erklärungsversuche journalistischer Nachrichtenproduktion. Nun stellt sich aber die Frage, ob die politische Berichterstattung ihre Verantwortung trägt, und ihre Funktionen erfüllen kann. Offenbar herrschen Diskrepanzen, so auch McQuail: „It has been remarked earlier that there are tensions within news media between normative inclinations and the practice (or belief in) journalistic objectivity" (McQuail, 2006:54).

Wenn die Darstellung von Politikerinnen in der politischen Berichterstattung untersucht wird, so könnte davon ausgegangen werden, dass JournalistInnen nach dem Grundsatz der Gleichstellung (ohne Diskriminierung oder Stereotypisierung) berichten sollten. Genau hier offenbart sich die Normativität.[1] (vgl. Rothenberger/Auer, 2013:19ff.) Welche Leistungsanforderungen dürfen nun an die politische Berichterstattung der Medien gestellt werden? Wie erkennen RezipientInnen eine qualitative Berichterstattung?

„Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln" (Ruß-Mohl, 1992: 85). Unter Qualität versteht man Eigenschaften, die bestimmten Normen entsprechen. Im Journalismus herrscht kein allgemeingültiger und abschließender Zugang zu Qualität. Aus welcher Perspektive Qualität im Journalismus betrachtet wird, ist entscheidend. Die Produktionsweise betreffend werden meist normativ-demokratiepolitische Qualitätsbegründungen herangeführt. Diese sind abhängig vom Wertesystem (politische, Werte des Publikums etc.). (vgl. Schatz/ Schulz, 1992:690ff.)

[1] Normen als „verhaltenslenkende, allgemeingültige Regeln des Handelns in einer Gesellschaft (…). Normativ ist in diesem Sinne ein Ansatz, der an gesellschaftlichen Wertvorstellungen orientiert ist und Regeln dafür formuliert, wie diese Wertvorstellungen in menschliches Handeln übersetzt werden." (Renn et al., 2007:39)

Was ist nun unter Medienleistung zu verstehen? „Begriffe wie „Leistung“ (engl.: performance) oder „Qualität“ sind normativer Art, d.h. ein bestimmter Ist-Zustand wird mit einem Soll-Zustand, d.h. gewissen Idealen oder Zielvorgaben verglichen“ (Bonfadelli, 2002, S. 114). Den Soll-Zustand, sprich die Qualitätsansprüche, können von JournalistInnen, Medienorganisationen oder vom Publikum bestimmt werden.

In „Media Performance“ beschäftigt sich McQuail mit der Qualität und Leistung der Medien. Er stützt sich bei seinen Überlegungen bezüglich journalistischer Leistungen auf die Beiträge normativer Theoriebildung. Als Grundwerte der Medienleistung identifiziert McQuail (analog zu den demokratischen Menschenrechten der französischen Revolution) Freiheit (im Sinne der Massenmedien Unabhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Einflussgrößen), Gleichheit (Pluralität von Meinungen und Objektivität in der Berichterstattung) und Ordnung (geschaffen durch soziale Regeln) (freedom, equatiy, order/solidarity), die mit den Grundwerten westlicher Gesellschaften übereinstimmen. Das öffentliche Interesse, „public interest“, sei gewährleistet wenn diese drei maximiert werden. McQuail unterstreicht, dass die Ansprüche an die Medienleistung an die stetige Veränderung der Massenmedien adaptiert werden sollten (vgl. McQuail, 1992: 26ff.)

Am Beispiel McQuails kann die gängige Heranziehung normativer Ansprüche zur Diskussion publizistischer Qualität dargelegt werden. Darüber hinaus finden sie Anwendung zur Erklärung von Mediensystemen (z.B Siebert/Peterson/Schramm 1956). Mediensysteme entstehen aus einer Konfiguration politischer, ökonomischer, sozialer und kultureller Rahmenbedingungen, die die Produktion von massenmedialen Inhalten beeinflussen. Diese mediensystematischen Unterschiede können sich auf die Politikberichterstattung und insgeheim auf die Darstellung von Politikerinnen auswirken. Schon lange wurden Abhängigkeiten zwischen politischen Systemen und dem Mediensystem vermutet. „Die Systemtheorie situiert zwar Mediensysteme – oder das Mediensystem- im Verhältnis zu den Umwelten, aber sie erklärt die länderspezifischen Unterschiede nicht“ (Blum, 2005:5).

Hallin und Mancinis komparative Makrotheorie zur Beschreibung von Mediensystemen und ihrer Beziehung zu politischen Systemen legt den Grundstein für eine neue Forschungsperspektive. Die Autoren liefern eine systematische Herangehensweise um Zusammenhänge, Ähnlichkeiten und Beziehungen zwischen den Systemen Medien und Politik, aber auch um transnationale Kommunikationsprozesse zu analysieren. Es wurden vier mediale Dimensionen und vier politische Dimensionen entwickelt. Mit Hilfe dieser Kriterien gruppieren die Autoren 18 Untersuchungsländer zu drei Medienmodellen: nord- und zentraleuropäisch/ demokratisch- korporatische, nord-atlantisch/ liberale und mediterrane/ polarisiert- pluralistische Mediensysteme (siehe Abbildung 3). Diese Unterteilung unterliegt der Annahme geografisch nahe Länder seien auf Grund kultureller Verwandtschaft ähnlich- auch in ihren Mediensystemen. (vgl. Hallin/ Mancini: 2004:89ff.)

Die mediale Dimension umfasst mit der Kategorie „Position der Presse“ neben Auflagenzahlen auch Gender Differenzen in Hinblick auf die Reichweite von Zeitungen. „ Because media were closely tied to the political world in southern Europe and because women were historically excluded from that sphere, the habit of newspaper reading developed among women there“ (ebd.: 23). Der politische Pluralismus bezieht sich darauf, dass Medien in einigen Ländern eine eindeutige politische Orientierung aufweisen, während das in anderen Ländern nicht der Fall ist. Dieser kann anhand von Beziehungen zwischen Medien und politischer Organisationen oder dem politischen Inhalt der Medien beurteilt werden. (vgl. ebd.: 53ff.)

Diese Arbeit geht von empirischen Unterschieden in der Berichterstattung über Politikerinnen in den Ländern Türkei und Österreich aus. In Hallin und Mancinis Analyse ist die Türkei nicht vertreten. Österreich wurde in das nordeuropäische Modell eingeordnet (siehe Abbildung 3), das für massenorientierte politische Presse und öffentlich- rechtliche Dienste spricht im Medienbereich spricht. Auf politischer Dimension lässt sich das Regierungsmuster, das auf Konsens basiert, charakterisieren.

Zusammenfassend kann nach Hallin und Mancinis Ausführungen in „Comparing Media Systems“ davon ausgegangen werden, dass sich die Unterschiede in der Politikberichterstattung der Länder auf mediale und politische Systemfaktoren zurückführen lassen. Im Fall Türkei und Österreich, lassen sich die Annahmen für diese Arbeit schon theoretisch durch den Punkt kulturelle Unterschiedlichkeit und Mentalität, und damit einhergehenden unterschiedlichen Mediensystemen, bestärken.

	Mediensysteme und Charakteristika			
	Mediterran/polarisiert-pluralistisches Modell	nordeuropäisch/demokratisch-korporatistisches Modell	nord-atlantisch/ liberales Modell	
	Frankreich, Griechenland, Italien, Portugal, Spanien	Österreich, Belgien, Deutschland, Finnland, Niederlande, Norwegen, Schweden, Dänemark	Großbritannien, USA, Kanada, Irland	
Position Presse	niedrige Auflagen; Elite-orientiert	hohe Auflagen; massenorientiert	mittlere Auflagen; massenorientiert	mediale Dimension
Polit. Pluralismus	stark Aussenpluralismus	mittel Mischsysteme	schwach; Binnenpluralismus	
Professionalisierung	schwach	stark; institutionale Selbstkontrolle	stark; freiwillige Selbstkontrolle	
Staatskontrolle	starke Invervention	stark, aber markanter public service	Marktdominanz	
Konfliktmuster	polarisierter Pluralismus	moderater Pluralismus	moderater Pluralismus	politische Dimension
Regierungsmuster	Konsens bzw. Mehrheit	eher Konsens	eher Mehrheit	
Organisationsmuster	organisierter Pluralismus	demokratischer Korportismus	indivuduelle Repräsentation	
Staatskontrolle	Dirigismus	starker Wohlfahrtsstaat	Liberalismus	

Abbildung 3. Mediensysteme und Charakteristika

(Eigene Darstellung nach Hallin/Mancini,2004: 67ff.)

3. Feministische Kommunikationsforschung: Gleichheits- & Differenzansatz & (De-)Konstruktivismus

„Die feministische Medien- und Kommunikationswissenschaft bezieht sich bei der Erforschung medialer und medieninduzierter Kommunikationsprozesse in vielfältiger Weise auf feministische Theorien und Modelle“ (Dorer/ Geiger, 2002: 13). Angesichts dessen soll im vorliegenden Kapitel die Bedeutung von Geschlecht in der Tradition der Kommunikationswissenschaft erläutert werden. Zudem werden Erkenntnisse feministischer Kommunikationswissenschaft vorgestellt, in dem auf die Entwicklung feministischer Forschung Bezug genommen wird.

Der Feminismus[2] fokussierte in seinen Anfängen die Frauenforschung, dessen Untersuchungskorpus die Frau als „Ausgeschlossene“ bzw. „abweichende Norm“ ist. Sie akzeptiert das von der Natur vorgegebene Geschlecht sex. Demgegenüber steht das soziale Geschlecht gender. Durch die Geschlechterforschung (gender studies) findet dann eine Neuorientierung statt, wobei sich die Fragestellungen auf Geschlechterverhältnisse und die Konstruktion von Geschlecht beziehen und den Mann nicht ausschließen. (vgl. Angerer/ Dorer, 1994: 10)

Die feministische Kommunikationsforschung, als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft, umfasst Frauen- und Geschlechterforschung. Unterschiedliche Forschungszugänge und die umfassende Breite des Feldes kennzeichnen die Interdisziplinarität des Faches. (vgl. Dorer /Geiger, 2013) Die Forschungstradition beschäftigt sich kritisch mit der Analyse der Geschlechterverhältnisse, sowie der Situation und Rolle der Frauen in gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen. Für das Entstehen einer eigenständigen kommunikationwissenschaftlichen Frauenforschung waren zwei Entwicklungen unabdingbar. Zum einen die Frauenrechtsbewegung in

[2] „Feminismus bezeichnet nicht nur historisch und kulturell spezifische politische Praxen und Bewegungen, sondern zugleich ein akademisches Projekt mit verschiedenen wissenschaftlichen Theorien und Perspektiven.“ (Hennessy, 2002:155)

Westeuropa und den USA, und zum anderen die institutionelle Verankerung und Förderung des Faches. (vgl. Klaus, 1998:15ff.)

In Hinblick auf die historische Abfolge feministischer Forschung lassen sich im Wesentlichen drei Ansätze feststellen, die sich nicht ablösen, sondern vielmehr eine Verknüpfung und Erweiterung darstellen. Ausgehend von der Frauenbewegung entwickelte sich in den 1970er Jahren der Gleichheitsansatz. Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stand die Diskriminierung der Frauen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Denn man kritisierte die männliche Dominanz und die damit einhergehende Ausblendung von Frauen in Wissenschaft, Kultur und Gesellschaft und strebte nach Gleichberechtigung. (vgl. Klaus, 1998:9ff; Lünenborg/Maier, 2013:13ff.) Im kommunikationswissenschaftlichen Kontext stand die Analyse stereotyper Darstellung von Frauen und die damit verbundene Trivialisierung und Annullierung. Hier ist jedoch anzumerken, dass die Anfänge der Untersuchungen angrenzender Fachdisziplinen zuzuschreiben sind. „Erste Untersuchungen zur Darstellung von Frauen in den Medien waren vorrangig durch öffentliches und politisches, weniger durch ein kommunikationswissenschaftliches Interesse motiviert“ (Klaus, 1998:25ff.). Dennoch stellen die Studien aus diesem Paradigma die Basis für das Verständnis des Untersuchungsgegenstandes Frauen und Massenmedien.

Massenmedien erzeugen Bedeutungs- und Wertzuschreibungen von Geschlecht. Auf Grund dessen wurde die Sozialisationsfunktion der Massenmedien kritisch betrachtet. Empirische Analysen aus den 1970ern konnten belegen, dass Medieninhalte die gesellschaftliche Benachteiligung der Frauen spiegeln und verstärken. „Insgesamt muss festgehalten werden, dass die Medien nicht nur Frauen unterrepräsentiert und einseitig darstellen, sondern dass insbesondere die positive Darstellung eines menschlichen Frauenbildes nicht stattfindet“ (Scheu, 1977: 118ff.).

Van Zoonen kritisiert die Einseitigkeit und Unvollständigkeit der ersten Forschungen: „*Feminist research on media productions for instance has concentrated primarly on the work of female and male journalists in various*

media. […] Likewise, feminist studies of media reception has dealt with genres popular among women such as soaps, romances for women or women's magazines, neglecting other genres such as news or sports." (Van Zoonen, 1994:9)

Ab Mitte der 80er kommt es zu einem Perspektivenwechsel, dem Differenzansatz. Unter dieser Prämisse werden Frauen nicht mehr als defizitäres Geschlecht wahrgenommen – wie es der Gleichheitsansatz vormacht – vielmehr steht das geschlechtsgebundene Handeln von Männern und Frauen im Vordergrund. Die Grundannahme führt eine hierarchische Gesellschaftsordnung herbei, in die Geschlechter in unterschiedlichen Alltags- und Erfahrungswelten leben. Dadurch entsteht eine gesellschaftliche Differenz. Lediglich durch die Anerkennung der differenzierten Lebenswelten können gesellschaftliche Wandlungsprozesse aktiviert werden. (vgl. Lünenborg/ Maier, 2013: 28) Kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen betrifft dies vor allem in der Rezeptions- und Wirkungsforschung. (vgl. Dorer/Geiger, 2002; Klaus, 1998) Es entstehen unter anderem Untersuchungen zu Formen der „weiblichen" Mediennutzung. (vgl. Lünenborg/ Maier, 2013:29)

Das dritte Paradigma, (De-)Konstruktivismus, leitet die feministische Forschung in die gender studies, welche vorangegangene Theorien nicht ausschließt, sondern kritisch reflektiert und erweitert. Im Gleichheits- und Differenzansatz wurde die natürliche Gegebenheit der Zweigeschlechtlichkeit akzeptiert. Der (De-)Konstruktivismus lehnt diese Betrachtung ab, weil es Voraussetzung für die Diskriminierung der Frau sei. Grundlegend ist hier nicht nur mehr die Unterscheidung zwischen sex und gender, sondern die Produktion von Männlich- und Weiblichkeit. (vgl. Klaus, 1998: 48ff.) „Soziale Geschlechterdifferenz ist nicht Effekt eines natürlichen Unterschieds, sondern sie entsteht in einer sozialen Situation" (Angerer/Dorer, 1994:10). Diese sozialen Situationen sind historisch, kulturell und ökonomisch geprägt. Die Gender studies analysieren unter anderem wie Geschlechterdifferenzen hergestellt und reproduziert werden. Es entwickelten sich unterschiedliche Varianten des Dekonstruktivismus, insbesondere der sozialkonstruktivistische und dekonstruktivistische Hauptströmungen.

Die erläuterten drei Ansätze, Gleichheits- und Differenzansatz und (De-)Konstruktivismus, lassen sich zwar nicht ganz klar voneinander abgrenzen, entwickelten aber dennoch unterschiedliche Forschungsschwerpunkte, was auch den Übergang von der Frauenforschung bis zur Geschlechterforschung (gender studies) prägt. Letztere stellen eine Art Rahmung dar, zu deren Entwicklung und Wandel die drei Ansätze beigetragen haben.

Während die Frauenforschung annimmt, dass Geschlecht ein Wesensmerkmal einer Person ist (das man hat, oder das man ist), deutet die Geschlechterforschung darauf, dass Menschen Geschlecht ausüben, als kulturell gewachsene Praxis konstruiert und dekonstruiert werden kann. Daraus leitet sich die Begrifflichkeit doing gender ab, ein Prozess indem Geschlecht performativ produziert wird durch Wahrnehmungs-, Zuschreibungs- und Darstellungsroutinen. (vgl. Lünenborg/ Maier, 2013:21) Für die Kommunikationswissenschaft bedeutet dieser Theorierahmen zu fragen mittels welcher diskursiver Strategien (verbaler/ non-verbaler Kommunikation) Frauen ausgeschlossen werden und wie Geschlecht medial hergestellt wird. (vgl. Angerer/ Dorer, 1994: 12)

Paradigmen feministischer Kommunikationsforschung			
	Gleichheitsansatz	**Differenzansatz**	**(De-)Konstruktivismus**
Theoretische Bezüge	Liberalismus	Strukturtheorien teilw. Ökofeminismus	Machttheoretische, (De-) Konstruktivistische Ansätze
Gesellschafts-theoretische Position	Subjektbezogen	Sozialstrukturorientiert	Sozio-kulturell orientiert
Fokus	Frauen und geschlechtsspezifische Sozialisation	Differenze Lebenswelten von Frauen und Männern	Kulturelle Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit
Schwerpunkt Medien-forschung	Trivialisierung und Annullierung von Frauen in den Massenmedien	Geschlechterdifferenzen im Medienhandeln, Kommunikationsstile	Mediale Genderingprozesse,
Beispiele	Neverla/ Kanleiter 1984, Weiderer 1993, Wenger 2000,	Röser 1992, Klaus u.a 1993, Cornelißen 1994, Keil 2000	Bechdolf 1999, Röser 2000, Hipfl/Klaus/Scheer 2004

Abbildung 4. Paradigmen feministischer Forschung
(Eigene Darstellung nach Klaus, 1998:67)

Klaus stellt fest, dass die einzelnen Perspektiven „[…] eine Kritik- und Kontrollfunktion füreinander übernehmen können, in dem sie jeweils unterschiedliche Aspekte des Medienprozesses fokussieren“ (Klaus,2002: 12).

Für die vorliegende Arbeit stellt der Gleichheitsansatz die zentrale theoretische Rahmung dar, weil sich die kommunikationswissenschaftliche Forschung, die unter diesem Ansatz arbeitet, primär mit Stereotypisierung, Annullierung und Trivialisierung der Frauen in Massenmedien befasst. (vgl. Klaus, 1998: 15ff.)

Den Zusammenhang zwischen den Paradigmen der feministischen Kommunikationsforschung und der folgenden empirischen, als auch theoretischen Auseinandersetzung dieser Arbeit, fassen Angerer und Dorer wie folgt zusammen: „Die feministische Kommunikationswissenschaft fragt nun danach, wie Frauen aus der Medienrealität (insbesondere aus der politischen, wirtschaftlichen Berichterstattung) ausgeklammert werden, welche geschlechtsspezifischen Stereotypisierungen durch Medien transportiert werden

und wie patriarchale bzw. paternalistische Strukturen in Medienorganisationen und Medieninhalten wirksam werden“ (Angerer/ Dorer, 1994:9).

4. Geschlecht- Medien- Politik: Frauen in Politik und Medien

Medien als Sozialisationsinstanzen vermitteln und prägen Rollenbilder von Frauen und Männern. Sie beeinflussen zugleich die Identitätsbildung, das Verhalten und Verhaltenserwartungen von Individuen, weil gesellschaftliche und kulturelle Zuschreibungen von Frauen und Männern medial entworfen und bestehende Geschlechterbilder verfestigt werden. „Dem Thema Frauen und Medien kommt in diesem Zusammenhang deshalb so große Bedeutung zu, weil Medien die erlebte Wirklichkeit konstruieren und Leitbilder einer Gesellschaft vorgeben“ (Dorer/ Marschik, 1999:4). Wie bereits die konstruktivistische Kommunikations- und Geschlechterforschung besagt, wird die Realität in den Medien nicht abgebildet, sondern neu interpretiert. „*Hierbei ist der Unterschied zwischen ‚Produktion’ und ‚Reproduktion’ wichtig, denn Medien produzieren zwar keine Geschlechtsidentitäten, aber können durchaus Material dafür bereitstellen. Die Wirkung von Medien und Geschlecht ist demnach eine wechselseitige*“ (Sennewald 2007: 39).

Der Journalismus muss seine Umwelt beobachten um Themen, die von öffentlichem Interesse sind, bereitstellen zu können. Unter Beachtung der Geschlechterdifferenz und den davon abhängigen Medieninteressen entwickelt er unterschiedliche Medienangebote. „Das erklärt, warum die Mediendarstellung und die Angebote für Frauen heute einerseits die Trivialisierung von Frauen und die Begrenzung ihrer Lebensäußerungen auf den privaten Raum fortsetzen […]“ (Klaus, 1998:392).

Wenn über weibliche Akteurinnen berichtet wird, so gelten diese als soziale Subjekte, die durch journalistische Darstellungsformen im Prozess der Realitätskonstruktion mitwirken. Klaus formuliert diesen Zustand folgend: „ Das massenmediale System ist gendered, es ist mit dem Geschlecht verwoben“ (ebd.: 390). Das bedeutet, dass Geschlecht als Strukturkategorie zur Erklärung massenmedialer Phänomene dient. Das symbolische Konstrukt der Zweigeschlechtlichkeit drückt sich im journalistischen Handeln, in den Medieninhalten und Angeboten aus. Die mediale Berichterstattung, daher die Medienrealität, spiegelt traditionelle und kulturelle Normen wider. Der

Journalismus bestätigt und entwirft also das symbolische System der Zweigeschlechtlichkeit und erzeugt eine Abbildung der Geschlechterhierarchie. (vgl. ebd: 392). Eine wesentliche Einflussgröße auf die obigen Ausführungen und den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Auseinandersetzung ist Gaye Tuchmans „symbolic annihilation“. Damit ist ein Prozess gemeint, indem Massenmedien Frauen ignorieren und trivialisieren - wenn sie überhaupt dargestellt werden. Tuchmans kritisiert, dass Massenmedien Frauen in traditionellen Rollen darstellen und andere Aspekte „verneinen“, indem Erfahrungen von Frauen symbolisch vernichtet werden. (vgl. Tuchman, 1978: 3ff.) Obwohl Tuchmans These aus den 1970er Jahren stammt, findet sie noch heute großen Anklang und stellt auch einen wichtigen Bezugspunkt für die feministische Kommunikationsforschung.

Besonders im non-fiktionalen Bereich, in den Politikberichterstattung fällt, instrumentalisieren JournalistInnen Machtverhältnisse der Geschlechter. Es werden also Geschlechterpolaritäten erzeugt - „die mediale Inszenierung von Politikerinnen dreht sich stets um die Konstruktion von Weiblichkeit und Männlichkeit […]“ (Meyer, 2009:9).

Gegenstand der Frauenmedienforschung ist das soziale Subjekt Frau, das unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet werden kann. (vgl. Klaus, 1998:400; Dorer/ Marschik, 1999:4ff.):

- Frauen als aktive gestaltende von Medieninhalten (Journalistinnen)
- Frauen als Medienkonsumentinnen (Rezipientinnen)
- Frauendarstellung: wo und wie Frauen dargestellt werden (Medieninhaltsforschung)

Diese Themenkomplexe werfen unterschiedliche Forschungsfragen auf und führen zur Anwendung entsprechender Forschungsmethoden. Da die vorliegende Arbeit darauf abzielt, die Darstellung von Politikerinnen in der Berichterstattung der Länder Türkei und Österreich zu analysieren, und herausfinden will ob sich bestimmte Darstellungsmuster wiedergeben, erforscht die nachstehende Analyse den Medieninhalt von Politikberichterstattung.

4.1 Das medial vermittelte Frauenbild

Der feministisch- kommunikationswissenschaftlichen Literatur zufolge behandelten Massenmedien Frauen historisch schon immer anders als Männer, weil die Aufgabenaufteilung im gesellschaftlichen Zusammenleben kulturell und historisch durch das Geschlecht bedingt war. Somit beeinflusst die Kategorie Geschlecht die soziale Ordnung und determiniert noch heute wer wie viel zu sagen hat. (vgl. Klaus, 1998:375ff.) Diese These impliziert, dass Machtverhältnisse in den Massenmedien hergestellt werden. „Medien funktionieren bis heute nach männlichen Normen und Wertmaßstäben“ (Dorer/ Marschik: 1999:8). Man geht von der männlichen Übermacht in der Medienproduktion und -darstellung aus, die die Funktionen von Frauen in den Medien definieren und festlegen. Die Konstruktion des weiblichen Geschlechts in den Medien ist eine Frage der ungebrochenen Aktualität. Geschlechterbilder und – zuschreibungen sind einem sozialen Wandel unterlegen, und können sich im Laufe der Zeit verändern. Die Frage ist nur, ob und wann eine mediale Gleichberechtigung der Geschlechter erreicht wird.

Da sich die deutschsprachige kommunikationswissenschaftliche Forschung, im Vergleich zur angelsächsischen, relativ spät entwickelt hat, liegen die ersten empirischen Studien zur Darstellung von Frauen in den Medien nicht sehr weit zurück. Erich Küchenhoff kommt 1975 in seiner viel zitierten Studie „Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen“ zu dem Fazit, dass die Medien ein verzerrtes Bild von Frauen liefern. Es wurden sechs Wochen lang die Beiträge der Sender ARD und ZDF analysiert. So konnte festgestellt werden, dass der Anteil der Frauen in Fernsehnachrichten nur 6% ausmacht. Interessant sind die Ergebnisse im Bereich der Moderation von Sendungen- ca. ein Viertel wurden von Frauen moderiert. Eine ähnliche Studie aus Österreich stammt von Christine Leinfellner, aus dem Jahr 1980. Sie untersuchte die Darstellung der Frauen zwei Wochen in den Beiträgen des ORF und konnte aufzeigen, dass im Bereich der Moderation Frauen dominieren. (vgl. Leinfellner, 1981:29)

„Frauen agieren vor der Kamera hier in einer Art ‚Dienstleistung' lediglich als ‚Werbemittel' für Sendungen. Es drängt sich geradezu der Eindruck auf, als ob die Ansagerinnen als direkte Fortsetzung der Werbung durch ihre ‚weiblichen Vorzüge' und Attribute, wie Figur, Haare, Kleidung, Sex appeal etc. den angenehmen Rahmen, die Atmosphäre für das kommende Programm schaffen dürfen – mehr nicht" (Küchenhoff et al. 1975: 162).

Küchenhoffs Versuch einer Begründung für sein Forschungsergebnis verweist implizit auf die Reduktion der Frauen durch das äußere Erscheinungsbild in den Massenmedien. Empirische Untersuchungen der Frauenmedienforschung berücksichtigen – je nach Forschungsinteresse – neben der quantitativen Darstellung, das äußere Erscheinungsbild, sowie die thematische Rahmung und die Rollen der Frauen in der Berichterstattung. Denn diese sind Indikatoren für die geschlechtsspezifische Darstellung und Trivialisierung.

In Hinblick auf die Rollenverteilung (Alltagspersonen oder öffentliche Funktionsträger) von Männern und Frauen gibt es in den genannten Studien ebenfalls Ähnlichkeiten. Küchenhoff stellt den Anteil von Frauen als Politikerinnen mit nur 3,2% fest, dagegen sind 33% der Frauen über die berichtet wird, Alltagspersonen. Bei Leinfellner resultieren 7% Politikerinnen und 29% Alltagspersonen. (vgl. Klaus, 2005:221)[3]

Meyer fasst die traditionellen Rollen und Geschlechterbilder der Politikerinnen, die medial konstruiert wurden, in fünf Phasen folgend zusammen: „*In der ersten Phase der Nachkriegszeit oszilliert die Berichterstattung zwischen Nichtbeachtung und Geringschätzung sowie dem Lob der „guten Mutter" in der Politik. Die zweite Phase der 1970er Jahre ist geprägt von anhaltender Trivialisierung und Stilisierung als „fleißige Ausnahme-" oder „kühle Powerfrau". In der dritten Phase der 1980er Jahre findet die „neue" Generation von Politikerinnen mehr Aufmerksamkeit. Die Berichterstattung changiert zwischen*

[3] Es wurden bewusst keine weiteren Studien über die Darstellung von Frauen in TV, Werbung, Print erläutert, da das Forschungsfeld zu breit gefasst ist und somit den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Die Zahlen des GMMP sollen einen Vergleich zur aktuellen Situation der Frauendarstellung herstellen. In den nächsten Kapiteln wird auf die Darstellung der Frau in der Presse eingegangen, was der eigentliche Fokus dieser Arbeit ist.

Anerkennung und Spott. Ab den 1990er Jahren scheint sie gekennzeichnet durch eine symbolische Akzeptanz von Politikerinnen und ab der Jahrtausendwende durch eine Art Schonung von Frauen, die Macht haben“ (Meyer, 2009:10).

Aktuelle Zahlen zur Darstellung der Frauen in den Massenmedien liefert der Global Media Monitoring Project Report, der alle fünf Jahre erscheint um auf die Wichtigkeit des weiblichen Geschlechts in den Medien aufmerksam zu machen. Er untersucht wie die Darstellung der Frauen international verläuft. „Although in the decade 1995 to 2005 there was a slow but steady increase in women’s visibility in the news, the decade 2005 to 2015 has been one of stagnation“ (Gallaher, 2015: 1). Die erste Untersuchung aus dem Jahr 1995 belegt, dass Frauen 17% der Akteure in den Nachrichten ausmachen. 2015 erhöht sich der Prozentsatz geringfügig um 7%.

	1995		2000		2005		2010		2015		%Change	
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M		
People in the news												
Newspaper, Television, Radio	**17**	**83**	**18**	**82**	**21**	**79**	**24**	**76**	**24**	**76**	▲ 7	
Newspapers	16	84	17	83	21	79	24	76	26	74	▲ 10	◀ 20 years
Television	21	79	22	78	22	78	24	76	24	76	▲ 3	
Radio	15	85	13	87	17	83	22	78	21	79	▲ 6	
News websites and media Tweets									**26**	**74**		
News websites							23	77	25	75		
News media Tweets									28	72		

Abbildung 5. Frauen und Männer in traditionellen und digitalen Medien weltweit
(Eigene Darstellung nach GMPP, 2015:13)

Der Anteil von Frauen, quer durch alle Mediengattungen (Print, TV, Radio, Internet und Twitter- Meldungen), beträgt weltweit im Jahr 2015 nur 24%, genau wie im Jahr 2000. Die Abbildung 5 zeigt den gender gap aufgeteilt nach allen traditionellen und neuen Medien, welche eine geringe Abweichung zur Gesamtzahl darstellt.

Weiter analysiert der GMMP die Verteilung der Geschlechter nach Themen der Berichterstattung. Die Ergebnisse zeigen die größte Kluft in der

Politikberichterstattung, wo Frauen zu 16% vorkommen. Die Untersuchung demonstriert auch, dass in dem thematischen Bündel, in dem Frauen am geringsten präsent sind, geschlechterstereotype am meisten herausgefordert werden. (vgl. ebd.:13) Am häufigsten sind Frauen präsent in den Themen Schönheit/ Mode, Familie, Schwangerschaft/ Geburt, und an vierter Stelle Politik. (vgl. ebd: 40)

Der Frauenanteil in der Berichterstattung dürfte auch keinen Unterschied im Vergleich von regionalen und überregionalen Medien machen, denn Frauen sind in diesen fast gleichwertig vertreten. In Bezug auf journalistische Nachrichtenauswahl besagt der Bericht, dass die Selektion zwar nicht männlich orientiert sei, aber tendenziell geprägt von einer gewissen Männlichkeit ist, wenn es um die Auswahl von Interviewpartnern geht. (vgl. GMMP, 2015:13ff.)

Schließlich kann anhand der Ergebnisse des GMMP ein Rückschluss auf den Gleichheitsansatz, der die Diskriminierung, Stereotypisierung und die Darstellung der Frauen als Opfer bekämpfen möchte, gebildet werden: „Overall, women remain more than twice as likely as men to be portrayed as victims as they were a decade ago“ (Gallagher, 2015:1).

Dieser Befund zeigt zwar, dass insgesamt die Zahl der Frauen als Subjekte in den Medien gestiegen ist, aber die Annahme über die geschlechtsspezifische Darstellung der Frauen dominiert trotzdem. Die Ergebnisse über traditionelle Frauenstereotype wie Hausfrau, Mutter, Powerfrau der Karrierefrau sind weltweit im Einklang. (vgl. Frauen Stadt Wien, 2015:12)

„ *Frauen werden in den Medien zwar nicht generell ‚vergessen‘, mitunter sogar als Funktionsträgerinnen in Bereichen dargestellt, in denen sie unterrepräsentiert sind (z.B. Politik). Allerdings wird dabei auf traditionelle Geschlechterstereotype zurückgegriffen, diese damit reproduziert und verstärkt. Das geschieht in sehr subtiler Art und Weise durch den Text, aber auch die Platzierung von entsprechenden Photos: durch die Fokussierung auf den Körper (z.B. Haare, Figur), die Kleidung (z.B. Minirock), die Art der Darstellung (z.B.Politikerin an eine Hausmauer gelehnt).“* (Paseka, 2002:43)

4.1.1 Geschlechterstereotype, Annullierung und Trivialisierung

Stereotype sind kognitive Strukturen, die zur Vereinfachung und Reduktion der komplexen Umwelt dienen und erleichtern somit Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse. Demnach stellen sie Orientierungs- und Entscheidungsfunktionen dar. (vgl. Wernecken, 2000:113) Stereotype sind „[…] gesellschaftlich vorgeprägte Perzeptions-, Urteils- und Handlungsmuster [...]“ (Nicklas/ Ostermann, 1989: 25), die durch Kommunikation vermittelt werden. Es bestehen also überindividuelle Merkmale, die einer Personengruppe zugeordnet werden weil sie für typisch gehalten werden. Paul Lippmann, der die Stereotypenforschung prägte, bezieht sich auf Informationsverarbeitungsprozesse, die sozial geprägt sind und im Sinne von festen Bildern in den Einstellungen der Menschen verankert sind. (vgl. Dabrowska,1999: 54ff.) Stereotype beruhen daher meist nicht nur auf persönlichen Erfahrungen, sondern werden auch gesellschaftlich vermittelt. In den Massenmedien dienen sie oft der Vereinfachung von komplexen Problemstellungen oder zur Bereitstellung zugespitzter Vorstellungen.

„*Frauen werden in den Medien in die symbolische Nichtexistenz verbannt. Sie werden trivialisiert, indem sie zuvorderst auf der heiteren, unterhaltenden Seite der Medienwelt vorkommen. Sie werden symbolisch vernichtet, indem sie auf den Politik-, Wirtschafts-, Sportseiten- in den das Weltgeschehen entscheidend prägenden Bereichen der Medien- kaum vorkommen und die Vielfalt ihrer Lebenswege und -erfahrungen nur auf wenige Stereotype reduziert wird. Sie sind als Opfer präsent, kommen als einflussreich Handelnde kaum vor*“ (Klaus 2002b: 13).

Geschlechtsstereotype sind Kategorisierungen. Denn bestimmte Eigenschaften und Verhaltensweißen werden Personen auf Grund ihrer Geschlechtszugehörigkeit zugewiesen. Sie verfügen über eine duale Natur, weil sie einerseits individuelles Wissen und andererseits kulturelles Verständnis über die Merkmale von Geschlechtern sind. Eckes spricht von deskriptiven, wie Frauen und Männer sind, und von präskriptiven Anteilen, wie Frauen und Männer sein sollen. Demzufolge führen Verletzungen dieser Verhaltenserwartungen zu

Ablehnung oder Bestrafung. Daraus resümiert Eckes, dass Geschlechterstereotype sehr änderungsresistent sind. Wenn in der feministischen Kommunikationsforschung über die Stereotypisierung von Frauen gesprochen wird, dann handelt es sich um den Prozess, indem geschlechtsstereotypes Wissen auf bestimmte Personen angewendet wird. (vgl. Eckes, 2010: 178 ff.)

Die Stereotypenforschung beschäftigt sich in Hinblick auf die Geschlechter, unter anderem mit der Frage, warum bestimmte Eigenschaften häufiger mit Frauen, andere mit Männern assoziiert werden. Das Konzept der Wärme wird mit Frauen in Verbindung gebracht, hingegen betreffen Männer eher aufgabenbezogene Kompetenzen. Das Rollentheoretische Modell bietet einen Erklärungsversuch für derartige geschlechtsspezifische Zuschreibungen. Es besagt, dass Frauen oder Männer jene Merkmale aufweisen, die von ihrer Rolle erwartet wird, daher typisch ist. Eine gesellschaftlich – historisch bedingte Rolle der Frau ist das verfestigte Bild der Hausfrau. (vgl. ebd: 179)

Geschlechtsstereotype in der medialen Berichterstattung spielen eine entscheidende Rolle bei der Legitimierung von der Ungleichbehandlung von Frauen und Männern als soziale Subjekte. Sie beinhalten hierarchische Wertungen, die zu `doing difference‘ führen. (vgl. Genderkompetenz, 2012) Frauen werden Persönlichkeitsmerkmale wie emotional, warmherzig, sanft und vorsichtig zugeschrieben, wobei Männer als stark, aggressiv, rational, aktiv, selbstbewusst oder durchsetzungsfähig charakterisiert werden. Diese Stereotype beeinflussen die Zuordnung in Kompetenzbereiche der männlichen und weiblichen Politikerinnen. Demnach sind typisch weibliche Politikfelder Soziales, Gesundheit, Erziehung und Umwelt, männliche hingegen sind Außenpolitik, Wirtschaft, Sicherheit und Militär. (vgl. Holtz- Bacha, 2009:3) „*Vor diesem Hintergrund ist es nicht überraschend, dass die jeweilige politische Situation Einfluss darauf hatte, ob die Wählerinnen und Wähler bereit waren, ihre Stimme einer Frau zu geben oder eben doch einen Mann vorzogen. Wirtschaftlich schwierige Zeiten, internationale Spannungen sowie militärische oder terroristische Bedrohungen spielen daher eher männlichen Kandidaten in die Hände als ihren Konkurrentinnen*“ (ebd. 2009:3).

Die feministische Kommunikationsforschung besagt, dass Medien Politikerinnen, die Geschlechterstereotype durchbrechen in dem sie sich kühl und kalkulierend empfehlen, als Mannweiber abstempeln. Andererseits gelten sie als inkompetent für das politische Geschäft, wenn sie mit typischen weiblichen Eigenschafen geben. (vgl. ebd. 2009:3) In dieser Situation spricht man in der Literatur vom double bind: es entsteht eine lose-lose Situation für die Politikerin.

Geschlechtsstereotype Zuschreibungen führen zur Annullierung und Trivialisierung der Frauen in den Medien. Trivialisieren bedeutet banalisieren und simplifizieren und führt zu einem Zustand, dass Frauen seltener vorkommen als Männer. Deren politische Rollen und Funktionen werden in der Berichterstattung tendenziell abgewertet. (vgl. Holtz-Bacha, 2007:10) Marginalisierung geht mit dem Begriff Trivialisierung einher, da bestimmte Gruppen der Gesellschaft an den Rand gedrängt werden. Beides steht im Zusammenspiel mit Stereotypen. In der Literatur herrscht Einigkeit darüber, dass bestimmte Darstellungsmuster für die Stereotypisierung und Trivialisierung von Politikerinnen sorgen. Beispielsweise kann die Anredeform und Bezeichnung von Politikerinnen ein Indikator sein. „Insbesondere die Anredeform „Frau“ oder die Bezeichnung von Politikerinnen sind weitere relevante Ausprägungen für diesbezügliche Prozesse“ (Salimma, 2014:31).

4.2 Forschungsstand: Frauen in der Politikberichterstattung

Das Forschungsfeld Frauen und Politik in den Medien ist relativ jung und Gegenstand von Disziplinen wie der Kommunikationswissenschaft, Cultural studies, Soziologie und Politikwissenschaft. In der Regel werden zwar qualitative oder quantitative Inhaltsanalysen durchgeführt, aber semiotische Methoden finden auch Anwendung, um den Inhalt und die Darstellung der Berichterstattung über Frauen in den Medien zu überprüfen. (vgl. Larson, 2001: 227)

Im deutschsprachigen Raum geriet das Verhältnis von Frauen, Politik und Medien, erst durch die Ausweitung der universitären Frauen- und Geschlechterforschung in das Blickfeld der Kommunikationswissenschaft. Außerdem ist festzuhalten, dass die US-amerikanische Forschungstradition zur Darstellung von Frauen in der Politikberichterstattung ausgeprägter ist als in vielen europäischen Ländern. Prinzipiell gehen Sozialwissenschaftler seit den 1980er Jahren intensiv der Frage nach, ob empirisch Differenzen bei der medialen Darstellung von Politikern und Politikerinnen existieren. Obwohl heute die Zahl der Frauen in politischen Ämtern international gestiegen ist, sind sie trotzdem in den Medien unterrepräsentiert. Empirische Untersuchungen zeigen, dass die quantitative Erhöhung des Frauenanteils wenig über die Qualität und ihre Inklusion in der Politikberichterstattung aussagt. Dieses Kapitel versucht den internationalen Forschungsstand zur medialen Darstellung von Politikerinnen, mit besonderem Augenmerk in der Presse, zu umreißen. Dabei sollen für diese Arbeit wichtig erscheinende Untersuchungen erläutert werden.

Weltweit liefern Untersuchungen ähnliche Ergebnisse zur Darstellung von Frauen in der Politik. Die Ergebnisse der empirischen Studien können drei Clustern zugeordnet werden. Erstens, die Resultate zur Repräsentanz und Sichtbarkeit der Politikerinnen in der Berichterstattung. Zweitens, die Analysen zur geschlechtsspezifischen Darstellung, die die medial zugeschriebenen Politikthemen und den Kompetenzbereich der Frauen untersuchen. Darunter fallen auch die Rollen, die die Politikerinnen in der Medienberichterstattung einnehmen und das äußere Erscheinungsbild. Und drittens, das Geschlecht als

Nachrichtenfaktor fragt, ob es Unterschiede in der Berichterstattung über Frauen und Männer gibt.

In Deutschland untersuchte Christiane Schmerl Ende der 1980er in einem Untersuchungszeitraum von sieben Monaten fünf Printprodukte (Tageszeitungen und Magazine), in der die quantitative Präsenz von Frauen und Männern erforscht wurde. Auch der Frage, welchen Nachrichtenwert Frauen in Themengebieten haben wurde nachgegangen. (vgl. Schmerl, 1989:7ff.) „*Die Welt der Männerberichterstattung ist die Welt schlechthin. Die Frauen haben- wenn auch in quantitativ geringerem Ausmaß – zuvorderst an der heiteren und unterhaltsamen Seite dieser Welt teil*“ (ebd.:21). Frauen kommen primär in Formaten vor, deren Schwerpunkt Unterhaltung und Kultur ist, politische Schwerpunkte stehen an vierter Stelle. Im Gegensatz dazu, nehmen Männer am häufigsten in der Politikberichterstattung Platz. Wenn Frauen in der politischen Berichterstattung vorkommen, dann erfolgt eine stereotypische Darstellung indem auf das Aussehen oder die Privatsphäre Bezug genommen wird. (vgl. ebd.:40ff.). Wenn aber bei Politikern die Privatsphäre thematisiert wird, besonders die Familie oder Lebensgefährtin, dient es vielmehr als Aufwertung seiner Kompetenzen und Verantwortung. (vgl. Sulimma, 2014: 30)

Die US- amerikanische Forschung bezieht sich vorwiegend auf Wahlen des Senats, Repräsentantenhauses und Gouverneurswahlen. Kim Fridkin Kahn beschäftigte sich intensiv mit der politischen Berichterstattung über Frauen. (vgl. Kahn, 1991; 1992; 1994; 1996) Eine bedeutende inhaltsanalytische Untersuchung wurde bereits in den Anfängen der 1980er Jahre angelegt. Die Wahlkämpfe der Senatswahlen aus den Jahren 1982 und 1986, zeigen eine Ungleichbehandlung der Politikerinnen in der Presse. „Female candidates receive less news coverage and the coverage they do receive concentrates more on their viability and less on their issue position” (Kahn/ Goldenberg, 1991:180). Aus dem Zitat geht hervor, dass die quantitative Präsenz von Kandidatinnen in der Presse untersucht wurde. Die Analyse umfasst aber zugleich diverse Kategorien um die Unterschiede in der Berichterstattung in den Vordergrund zu bringen: horserace coverage (Wahlkampfberichterstattung), issue coverage (Themen) und trait coverage (Persönlichkeitsmerkmale). All diese Kategorien

spielen nach Kahn und Goldenberg eine bedeutende Rolle in der Bewertung der KandidatInnen und für die Wahlentscheidung der BürgerInnen.

● Horserace coverage[4]

27% der Artikel, die über Frauen geschrieben sind, thematisieren den Wahlkampf. Im Vergleich beläuft sich die Zahl bei Männern bei nur 21% der Artikel. Allerdings zeigen die Ergebnisse, dass männliche Kandidaten wettbewerbsfähiger dargestellt werden. (vgl. ebd.:187-180)

● Issue coverage

Basierend auf den Annahmen der vorhergehenden Stereotypenforschung wurden Themen in weibliche und männliche gegliedert. Männliche Themen beziehen sich auf diejenigen, in denen Männern mehr Kompetenz zugemutet wird, wie zum Beispiel Außenpolitik, Wirtschaft und Sicherheit/Verteidigung. Ausgehend von der Einfühlsamkeit des weiblichen Geschlechts, werden Frauen folgende Themen zugeschrieben: Soziales, Rechte von Minderheiten, Abtreibung, Umwelt, Gesundheit und Bildung. Die Erhebung zeigt, dass über die Themen, die Politikern zugeordnet werden häufiger berichtet wird, als über Themen, die Frauen naheliegen. Aber interessant ist trotzdem, dass sich tendenziell "Frauenthemen" häufiger in der Berichterstattung über Frauen vorkommen als "Männerthemen" für männliche Kandidaten. (vgl. ebd.:192) Andere Autoren differenzieren zwischen ‚soft' und ‚hard' news. (z.B. Anderson 1995; Brade, 1996; Carrol& Fox, 2006; Heldman, 2009).

Die Autoren fragen sich auch, ob die Geschlechtszugehörigkeit der JournalistInnen eine Rolle in der Nachrichtenselektion spielt. Es konnte festgestellt werden, dass Journalistinnen häufiger über Wahlkämpfe mit Frauen berichten, und häufiger über „Frauenthemen" berichten als ihre männlichen Kollegen, über „Männerthemen". „*In fact, when covering female candidates, female reporters devote 42% of their issue discussion to 'female' issues, while*

[4] Horse-race- Berichterstattung umfasst jegliche Beiträge in der Presse, die die Chancen eines Kandidaten zu gewinnen thematisieren, inklusive Vergleiche von zwei KandidatInnen in Bezug auf Stimmen, voraussichtliche Wahlergebnisse und Image. (vgl. Kahn/ Goldenberg, 1991: 188)

male reporters just spend 19% or their time covering 'female' issues. These results suggests that the gender of the reporter may offer part of the explanation for the difference in issue emphasis for male and female candidates" (ebd.: 193). Die Ergebnisse zum Einfluss des Geschlechts der JournalistInnen zur Darstellung von Frauen und Männern in der Berichterstattung sind nicht signifikant.

● Trait coverage

Die Nennung von Persönlichkeitsmerkmalen der KanditatInnen ist nicht abhängig von ihrem Geschlecht (Frauen 14%, Männer 13%). Die Autoren verweisen erneut auf die Stereotypenforschung und differenzieren zwischen typisch männlichen (unabhängig, wettbewerbsfähig, objektiv, führungsorientiert, aggressiv, unsentimental, ambitiös) und weiblichen (abhängig, passiv, emotional, mitfühlend) Persönlichkeitseigenschaften. Kahn und Goldenberg finden heraus, dass männliche Persönlichkeitseigenschaften die Berichterstattung insgesamt dominieren, aber wenn nur über Frauen berichtet wird, dann sind weibliche Persönlichkeitseigenschaften viel häufiger aufzufinden, als wenn nur über Männer berichtet wird.

Schließlich kann festgehalten werden, dass im Rahmen der Untersuchung von Kahn und Goldenberg, die Presse Frauen in der Politik anders behandelt als Männer. Die Darstellung verläuft negativer und bezieht sich nicht auf den politischen Inhalt. Kahn und Goldenberg sprechen von der Abwertung der PolitikerInnen durch die geschlechtsstereotype Berichterstattung. Die Konsequenzen belaufen sich auf die Erfolgsquote der Kandidatinnen. Deshalb werden Männer in der Politik für kompetenter wahrgenommen als Frauen und schaffen es häufiger an die Spitze.

Kahn führte ihre Untersuchungen intensiv fort. Die Ergebnisse aus der Studie 1991 in Zusammenarbeit mit Goldenberg nutzte sie um herauszufinden, ob eine Ungleichbehandlung der weiblichen Kandidaten in der Presse eine negative Bewertung der Politikerinnen seitens Rezipientinnen herbeiführt. Mittels Experiment kommt sie zu folgendem Ergebnis: „ […] gender differences in the

news coverage often place women at a disadvantage. Candidates who receive male candidate coverage are always viewed as more viable than candidates who receive female candidate coverage“ (Kahn, 1992: 511). Des Weiteren findet Kahn heraus, dass Geschlechterstereotype Politikerinnen helfen können. Wenn Teilnehmer des Experiments die identen Informationen über männliche und weibliche Kandidaten erhalten, schätzen sie Frauen ehrlicher und kompetenter über Frauenthemen ein, als Männer. (vgl. ebd:511)

Mittlerweile spricht man im deutschsprachigen Raum über den „Merkel- Faktor“. Die Politik in Deutschland bietet seit Angela Merkels Kanzlerschaft mehr Gelegenheit für entsprechende Untersuchungen zur Repräsentanz von Frauen. Semetko und Boomgaarden nehmen den Bundestag 2005 zum Anlass und untersuchen die Abendnachrichten von vier Sendern, sowie die ersten zwei Seiten der *Bild*. Miteinbezogen wurde die visuelle Komponente, die bis dato (auch im internationalen Vergleich) eher weniger berücksichtigt wurde. Zwar zeigen die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Untersuchung insgesamt eine Unterrepräsentanz von allen Politikerinnen in der Berichterstattung, aber die allgemeine Sichtbarkeit und Präsenz von Angela Merkel, ist- gegenüber Gerhard Schröder- nicht benachteiligt. Interessant ist vor allem, dass die Bild Zeitung am häufigsten über Politikerinnen berichtet. (vgl. Boomgaarden/ Semetko, 2007: 157)

In Hinblick auf die themenbezogene Berichterstattung von Merkel und Schröder, konnten nur marginale Differenzen aufgezeigt werden. Obwohl Schröder im Fernsehen öfter im Zusammenhang mit „hard news“ vorkommt, verzeichnet die Berichterstattung der Bild, Merkel mit Themen wie Wirtschaft und Finanzen, häufiger als Schröder. (vgl. ebd.: 162)

Die Kategorie Persönlichkeit zeigt, dass der männliche Kandidat häufiger mit Persönlichkeitszuschreibungen konfrontiert wurde (z.B Gewinnertyp, sympathisch, führungsstark). Daraus resultiert eine bevorzugte Darstellung von Schröder. Die Autoren meinen es handle sich nicht um „gendered traits“, sondern vielmehr um „favorable traits“ bei Schröder. (vgl. ebd: 165) Klare Ergebnisse liefert ebenso der „gender frame“: Wenn über Angela Merkel alleine berichtet

wird, bekommt ihr Geschlecht mehr Beachtung, als wenn explizit über Schröder berichtet wird. (vgl. ebd.: 166)

Eine weitere Analyse, die mittels Frames Artikel und Bilder auswertete stammt aus Rumänien. Es wurden insgesamt 249 Artikel mit dem Fokus auf diverse „Frames“ untersucht[5]: „visibility, viability (horse-race frame), balance between issue related coverage (issue frame), gendered coverage (trivialization frame)“ (Dan/Iorgoveanu, 2013:210ff.). Die Ergebnisse zeigen die visuelle und verbale Dominanz der Frauen in Boulevardzeitungen, genau umgekehrt ist das der Fall bei den untersuchten Qualitätszeitungen. Bei der Berichterstattung über Politikerinnen dominieren insgesamt „trivialization“ und „issue“ frames. (vgl. ebd.: 218ff.)

Während die Mehrheit der Analysen über einen „gender gap“ in der Politikberichterstattung berichten, machen andere darauf Aufmerksam, dass Frauen nicht unbedingt benachteiligt werden. Frauenstereotype zeigen ihre Wirkung- wie schon Kahn feststellte. „Female politicians who aspire to political leadership may in fact gain visibility because of their presence on male terrain of elite party politics accords them the news value of unusualness” (Trimble, 2007:989).

Bystrom, Robertson und Bawarts ermitteln, dass die Presseartikel zu den Primary- Wahlen der 20 weiblichen und 41 männlichen US- Senats- und Gouverneurskandidaten überwiegend Frauen fokussierten. Obwohl die quantitative weibliche Präsenz gegeben war, wurden die Kandidatinnen vorerst als Frauen (in Aufführung ihres Familienstands, ihrer Sexualität und ihres Äußeren), dann als Politikerinnen dargestellt. (vgl. Bystrom/ Robertson/ Bawarts, 2011: 1999ff.)

Fast identisch sind die Resultate der Untersuchung über Sarah Palins Kandidatur zur Vizepräsidentin in den USA 2008. Es lassen sich in zwei politischen Magazinen quantitativ mehr Bilder und Texte über die Politikerin verzeichnen als

[5] Die Originalbezeichnungen werde hier angeführt damit Bedeutungsverlust verhindert wird

über ihren männlichen Kollegen, aber die Berichterstattung fokussiert ihre Kindheit, Familie, und (am meisten) ihre Persönlichkeitseigenschaften. Zudem zeichnet sich die Negativität der Berichterstattung, im Fehlen von Erfahrung und ihrem kurzen politischen Werdegang aus. Die Autoren sprechen von einer Objektivierung Palins im Sinne einer sexualisierten Darstellung und bestätigen die triviale Darstellung, wie bereits zahlreiche Studien darlegen. (vgl. Washburn/Washburn, 2011: 1031ff.)

Ebenso berichtet Lachover überwiegend über „gender blind coverage“ der israelischen Parlamentswahlen. *„Close analysis of the way women running in the 2013 Knesset elections were portrayed in Israeli newspapers and newscasts reveals that coverage of the leading contenders, party heads who were at the center of the political discourse, was not stereotypically gendered as past studies have reported, and even bordered on gender blindness*” (Lachover, 2015:13). Zwei führende Kandidatinnen wurden primär als politische Akteure dargestellt und das politische Engagement stand im Vordergrund. Somit fand keine Ungleichbehandlung in der Berichterstattung statt. Jedoch gilt dies nicht für alle Politikerinnen, über die geschrieben wurde. „In contrast, the coverage of peripheral contenders evidenced the traditional patterns of sidelining, such as focus on the candidate’s appearance and private life” (ebd.:13).

Die Forschungsaktivitäten mehrerer Jahrzehnte liefern insgesamt homogene Ergebnisse. Die Medien transportieren eine überwiegend geschlechtsspezifische Darstellung von Politikerinnen. Einige wenige Studien (z.B. Atkeson/Krebs, 2008) zeigen eine Gleichbehandlung der Frauen in der Presse. Da die Länder Österreich und die Türkei zentrale Elemente dieser Forschungsarbeit sind, ist es in dieser Hinsicht spannend ob bisher gegensätzliche Ergebnisse erzielt wurden.

4.2.1 Österreich

Bislang hält sich die Forschung zur Darstellung von österreichischen Politikerinnen in der Presse in Grenzen. Neben der wissenschaftlichen Auseinandersetzung zur Rolle des Geschlechts im Journalismus[6], liegen – mit Vorbehalt- fast keine umfangreichen empirischen Analysen zu Grunde.

Die Forschungsgruppe *mediawatch* veröffentlichte 1998 einen Jahresbericht, der alle ZiB Sendungen des ORF analysierte. Nur in 13% der gesamten innenpolitischen Berichterstattung der Nachrichtensendungen kommen Politikerinnen vor. „Auch die ORF Berichterstattung über die verschiedenen Themenfelder war 1998 Männer dominiert, während die „soft issues" erst gar nicht zum Zuge kamen" (Pallaver, 2000:221). Vorrangiges Thema der untersuchten Sendungen ist „Sicherheit". Außerdem stellt die Analyse fest, dass die TV- Präsenz der Politikerinnen hinter ihrer realen Präsenz, bzw. Vertretung im Parlament oder in der Regierung liegt.

Die Weiterführung dieser Analyse umfasst den Untersuchungszeitraum 1998 bis 2006 (erstes Halbjahr). Die O- Töne (direkte Reden) der politischen AkteurInnen in der ZiB1- Berichterstattung wurde erfasst. Abbildung 6 zeigt den Vergleich im Zeitverlauf, indem männliche Politiker ungefähr fünfmal länger zu Wort kommen, als Politikerinnen.

[6] Z.B Dorer, Johanna: Berufliche Situation österreichischer Journalistinnen. Eine Bestandsaufnahme empirischer Befunde. In: Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: 2002. Westdeutscher Verlag.
Dorer, Johanna: Geschlechterkonstruktion im Prozess der Rezeption politischer Berichterstattung. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte/ Köpl, Regina: Medien-Politik-Geschlecht.

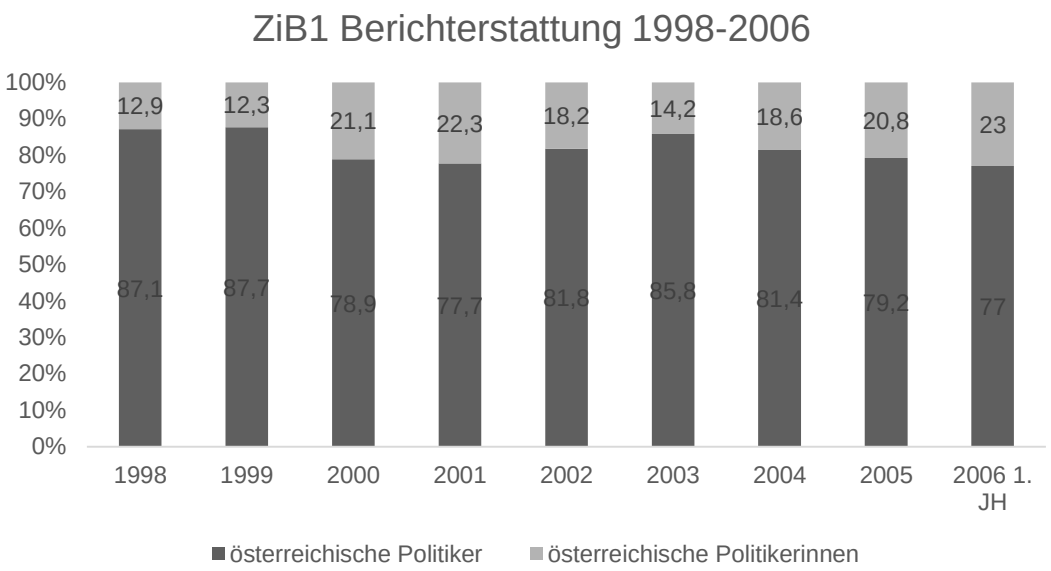

Abbildung 6. ZIB1 Berichterstattung 1998-2006
(Eigene Darstellung nach Pallaver/ Lengauer, 2008: 107)

Diese Entwicklung verweist auf die Unterrepräsentanz von Frauen, obwohl in der Realität die Anzahl von Frauen in der Politik in den angeführten Jahren gestiegen ist. (vgl. parlament.gv (a)) Die Ergebnisse bestätigen erneut, dass die Medien weniger einer Gender- Mainstreaming- Strategie, sondern einer „medialen Logik der allgemeinen Eliten- Zentrierung“ folgen. Gründe für die geringe Redezeit der Frauen können daher abhängig von Amtsbesetzungen innerhalb der Parteien (z.B Position von Wichtigkeit oder eigentlich männlich codierte Akteurin), aber auch journalistischen Selektionsprozessen sein. Dementsprechend variiert die parteispezifische Zu- oder Abnahme der Redezeit in diesen Jahren. (vgl. ebd.: 110ff.)

Pallaver und Lengauer unterstreichen die Prämissen internationaler Befunde in Hinblick auf die vergeschlechtlichte Themenbesetzung in der Politikberichterstattung (siehe Abbildung 7). „Eindeutiger konnte nachgewiesen werden, dass es nach wie vor eine stereotype Themenzuordnung gibt und dass die geschlechtsspezifische Aufteilung in „Soft News“ (Frauen) und „Hard News“ (Männer) Kontinuitäten aufweist“ (ebd.: 120).

Nur zu Themen der Frauenpolitik konnten Politikerinnen als Hauptakteurinnen überwiegend auftreten, alle anderen Themen – sogar Bildung, Familien- und Sozialpolitik – dominierten männliche Akteure.

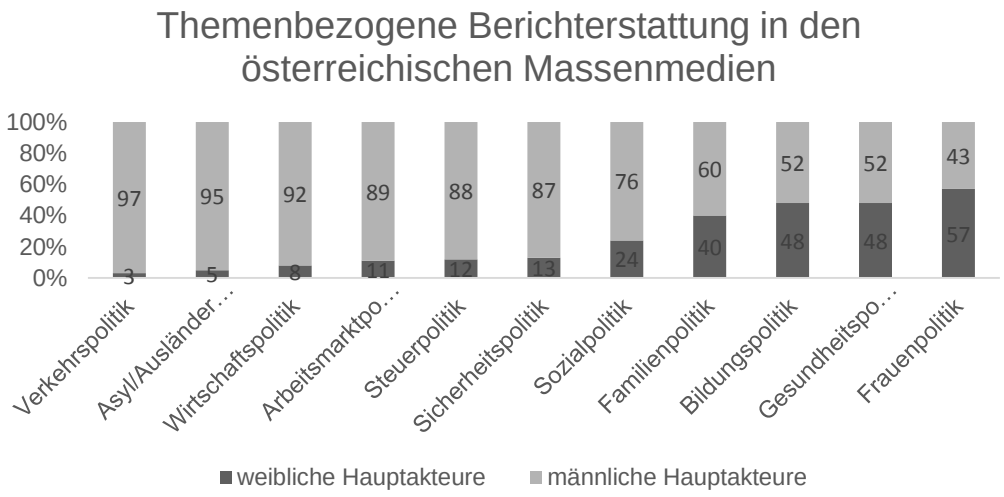

Abbildung 7. Themenbezogene Berichterstattung in den österreichischen Massenmedien- zweite Jahreshälfte
(Eigene Darstellung nach Pallaver/Lengauer, 2008:116)

Die Untersuchung akzentuiert gleichzeitig, dass sich der geringste Anteil von Frauen als Hauptakteurinnen in der Politikberichterstattung im Radio (14%), gefolgt von Tageszeitungen (16%) beweist. Mit diesem Beitrag, konnte in Österreich festgestellt werden, dass die Politikberichterstattung überwiegend männlich orientiert ist.

Eine umfangreiche Untersuchung der Austrian National Election Study über die Nationalratswahl 2008 zeigt, dass nur 15,3% der Hauptakteure in der österreichischen Politikberichterstattung Frauen sind.[7] Am häufigsten wurde über Politikerinnen der Grünen berichtet. (vgl. Autnes, 2012:63)

Dies resultiert auch aus dem aktuellsten länderspezifischen Bericht des Global Media Monitoring Project. Die Analyse wurde durchgeführt am 25.03.15, quer

[7] Untersuchung anhand von sechs reichweitenstärksten Tageszeitungen und zwei reichweitenstärksten TV- Abendnachrichten

durch alle Mediengattungen.[8] Von insgesamt 566 HauptakteurInnen, waren lediglich in nur 109 Frauen. Abbildung 8 zeigt Frauen als Hauptakteurinnen nach Themen in den Nachrichten. Der Anteil in den traditionellen Medien in der Politikberichterstattung liegt bei 18%. Interessant ist vor allem, dass weibliche Journalistinnen häufiger Frauen als Quelle ihrer Berichterstattung hinzuziehen (68%). (vgl. GMMP, 2015:13)

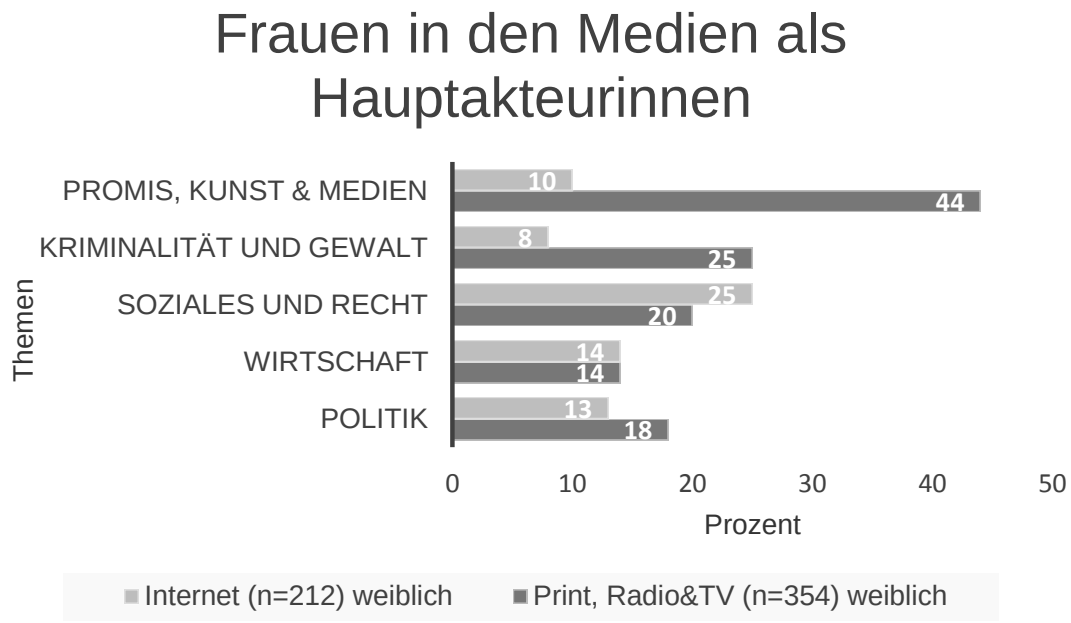

Abbildung 8. Präsenz von Frauen als Hauptakteurinnen nach Themen.
(Eigene Darstellung nach GMMP Austria, 2015: 10)

4.2.2 Türkei

Besonders in islamischen Ländern kann das patriarchale Gesellschaftssystem ein Hindernis für Frauen sein um in der Politik Fuß zu fassen. Als 1993, Tansu Ciller, die erste Ministerpräsidentin der Türkei, gewählt wurde galt sie als „role model“ für Frauen in der türkischen Politik. Seitdem vermehrt sich das Forschungsinteresse, sowie die Forderung von politischer Partizipation von Frauen. (vgl. Aydemir/Aydemir, 2011:3; Arat, 1998:9ff.) Yesim Arat führte bereits 1985 Interviews mit Politikerinnen (Mitglieder des Gemeinderats/

[8] Tageszeitungen (Krone, Kurier, Kleine Zeitung, Der Standard, Die Presse, Tiroler Tageszeitung, Salzburger Nachrichten) TV Sender, Radio, Internet und Twitter

Parlamentsabgeordnete) durch. Die Ergebnisse belegen, dass Politikerinnen die männliche Dominanz ihrer Kollegen als das Hauptproblem im Zugang zu politischer Macht sehen. „In a society where men traditionally occupy positions of power, women's claim that men prevent women from successful political participation is understandable" (Arat, 1985: 365).

Oya Tokgöz widmete sich der Darstellung von türkischen Politikerinnen in der Wahlwerbung. Hierfür untersuchte sie mittels Inhaltsanalyse Werbungen in Tageszeitungen in den Jahren 1987 und 1991. Die Autorin stellt bestimmte Darstellungsmuster fest. Frauen werden thematisch in Themen wie Gesundheit, schwierige Lebensumstände, und Frauenrechte in Verbindung gebracht. Tokgöz meint, dass zwei Darstellungsformen dominieren: ein eher konservatives Bild (Hausfrau/ familienorientiere Frau) und die berufstätige Frau. (vgl. Tokgöz, 2008: 54ff.)

Eine aktuellere inhaltsanalytische Untersuchung liefert Deniz. Im Rahmen der nationalen Wahlen 2002 und 2007 wurde die Berichterstattung über Politikerinnen in den Zeitungen Cumhuriyet, Hürriyet und Zaman[9] analysiert. Frauen scheinen zwar als politische Akteurinnen Schlagzeilen gemacht zu haben, aber die Inhalte der Beiträge lassen sich bündeln: Frage der Kopfbedeckung, Rolle als Mutter/ Ehefrau, und Schönheit/ Äußeres. Die politische Identität der Frauen wird unterdrückt durch die genannten wiederkehrenden Themensetzungen. Deniz geht noch weiter, und kritisiert, dass Politikerinnen eine symbolische Rolle in der Berichterstattung einnehmen, damit ideologische Ansichten der Parteien kundgemacht werden können. Zudem spiegelt die Berichterstattung die politische Ausrichtung der Medien. Hürriyet berichtetet über Politikerinnen aus allen Parteien, während Zaman Themenstrukturen Frauen und Islam, sowie die Kopftuch- Debatte deutlich häufiger an die Medienagenda schreibt. (vgl. Deniz, 2010: 7ff.)

Zahlreiche wissenschaftliche Beiträge beschäftigen sich mit Problematiken, die die Partizipation von türkischen Frauen an der Politik begründen. Darunter fallen

[9] Cumhuriyet: links- kemalistisch, Hürriyet: liberal konservativ, Zaman: konservativ ausgerichtet

Bildung, politische Kultur und sozioökonomische Faktoren (z.B. T.C. Basbakanlik, 2008; Aydemir, 2011; Cadir, 2011). In Hinblick auf diese Thematik wurden in der Türkei großflächige Meinungsumfragen zur Partizipaton und Repräsentation von Frauen in der Politik durchgeführt. Der Report zeigt, dass die Mehrheit (77%) der 5.434 befragten Personen den Anstieg der Frauenpolitikerinnen befürworten und denken, dass dies zu einer politischen Weiterentwicklung der Türkei führen würde. (vgl. Konda, 2011:5) In Anbetracht dessen, fordert die wissenschaftliche Auseinandersetzung ein Quotensystem, das die politische Aktivität und Partizipaton von Frauen ankurbeln soll. Die Abbildung 9 zeigt die Vertretung von Frauen im türkischen Parlament, nach Parteien und Jahren.

Weibliche Abgeordnete im türkischen Parlament

Partei	Wahl 2011		Wahl 2007		Wahl 2002	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
MHP	3 (53)	5,6	2 (71)	2,8	0	0
AKP	54 (326)	13,8	30 (341)	8,7	11 (365)	3,01
CHP	19 (135)	14	9 (112)	8	11 (177)	6,2
DTP-BDP	11 (32)	34,3	8 (22)	36,3	0	0

Abbildung 9. Frauenanteil im türkischen Parlament nach Jahren und Partei
(Eigene Dartellung nach Sahin- Mencutek, 2015:6)

Auffallend ist, dass die BDP[10] den höchsten Frauenanteil aufweist. Mentecuk erklärt folgendermaßen: „*Ethnic parties tend to promote women's fairer representation if there is strong electoral competition, strong women present in the internal party organisations, strong encouragement from the party leadership, a desire by the party to be seen as modern and a gender quota in place."* (Mencutek, 2015:3ff.)

Da gender Unterschiede WählerInnen beeinflussen können, nahmen sich Matland und Tezcür dem Thema an. Das Forschungsziel war herauszufinden, wie die Perzeption von WählerInnen ist, abhängig vom Geschlecht der KandidatInnen. Den TeilnehmerInnen wurden Reden von den zwei größten

[10] Barış ve Demokrasi Partisi (BDP), deutsch: Partei des Friedens und der Demokratie. Prokuridsche. HDP gilt als der Nachfolger seit 2012.

Parteien, AKP[11] und CHP[12] vorgelegt, die nach dem Zufallsprinzip das Geschlecht der PolitikerInnen variieren. In Hinblick auf Persönlichkeitsmerkmale der KandidatInnen konnten die Autoren einen Zusammenhang zwischen Partei und Geschlecht feststellen. „*The female AKP politician was not advantaged vis-a `-vis the male AKP politician on any characteristic. The female CHP politician, on the other hand, was described as more qualified, honest, and decisive than her male counterpart. When it came to policy expertise, the female candidates for both parties were seen as superior on education and women's rights*" (Matland/Tezcür, 2011:384).

Zuordnung von KandidatInnen nach Politikfeldern

Politikfeld	**AKP KandidatIn**		**CHP KanditatIn**	
	weiblich	männlich	weiblich	männlich
Verteidigung	2.60	2.61	2.87	3.03
Außenpolitik	2.27	2.28	2.96	3.09
Gesundheit	2.61	2.37	3.14	3.19
Wirtschaft	2.72	2.77	3.44	3.40
Bildung	2.85	2.51	3.18	2.93
Menschenrechte	2.80	2.65	3.46	3.15
Frauenrechte	2.69	2.07	3.47	2.94

Abbildung 10. Persönlichkeitszuordnungen nach Geschlecht
(Eigene Darstellung nach Matland/ Tezcür, 2011:376)

Außerdem wurden TeilnehmerInnen der Studie gefragt, die Fähigkeiten und Kompetenzen von KanditatInnen zu bewerten und einem bestimmten Politikfeld zuzuordnen. Abbildung 10 zeigt, dass die Kompetenzen der Politikerinnen an private und soziale Rollen und Kompetenzbereiche von Frauen in beiden Parteien geknüpft sind. Es resultieren signifikante Ergebnisse bei Politikerinnen im Bereich Gesundheit, Bildung und Frauenrechte.

[11] Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), deutsch: Partei für Gerechtigkeit und Aufschwung. Konservativ- demokratisch
[12] Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), deutsch: Republikanische Volkspartei. Sozialdemokratisch-kemalistisch.

Die Geschlechterasymmetrie in der türkischen Politik wird in den Ausführungen des GMMP ebenfalls bestätigt. „According to the findings of the study conducted in Turkey, there is significant imbalance in the way women appear in the news as newsmakers or news subjects“ (GMMP Turkey, 2010: 10). Nur 25% aller Hauptakteure in der Presseberichterstattung sind Frauen, die hauptsächlich in einer Opferrolle (im Zusammenhang mit Gewalt) oder im Themenbereich Promis, Medien und Gesundheit dargestellt werden. (vgl. ebd.: 6)

5. Das politische System der Untersuchungsländer und ihr Frauenanteil

Da diese Arbeit nach der Analyse der Darstellung von Politikerinnen in der Türkei und in Österreich strebt, erweist es sich als sinnvoll im Folgenden Einblick in das politische System der Länder zu geben. In diesem Zusammenhang werden die Ergebnisse der Wahlen, deren Berichterstattung empirisch analysiert wird, dargestellt. Des Weiteren wird die Printmedienlandschaft erarbeitet um länderspezifische Gegebenheiten aufzuzeigen. Dieser Schritt soll die Interpretation der Ergebnisse im Schlussteil stützen.

5.1. Österreich

In Österreich bilden den Bundesstaat zwei Ebenen: die Bundesländer (Gliedstaaten) und der Bund. Die Verfassung sieht eine Kompetenzverteilung vor, indem Staatsfunktionen auf Bund und Länder aufgeteilt werden. Somit wirken die Länder an der Gesetzgebung des Bundes durch den Bundesrat mit. Neben dem Bundesrat, der von den einzelnen Landtagen (Parlamente der Bundesländer) entsprechend der Stärke der Fraktionen beschickt wird, besteht die zweite Kammer, der Nationalrat (Vertretungskörper des Bundes), im österreichischen Parlament. Die Gesetzgebung auf Bundesebene obliegt daher dem Bundesrat und der dominierenden Kammer, dem Nationalrat, deren wichtigste Aufgabe die Gesetzgebung und Vollziehung derer ist. (vgl. Müller/Weber, 2014:13ff.)

Das repräsentative Demokratiemodell besagt, dass das Recht vom Volk ausgeht, indem die Bevölkerung ihre Repräsentanten wählt, also werden die Organe in allen Ebenen der Gebietskörperschaften (Nationalrat, Landtag, Gemeinderat, Bundespräsident und Bürgermeister) direkt vom Volk gewählt. Alle fünf Jahre werden die 183 Abgeordneten des Nationalrats vom Bundesvolk und die Landtagsmitglieder von der Bevölkerung des jeweiligen Bundeslandes gewählt. Die Landtage entsenden die die Mitglieder des Bundesrates. (vgl. ebd.: 16ff.)

Die deskriptive Aufteilung der Frauen im österreichischen Nationalrat

Partei	Frauen		Männer		Total
	Anzahl	*Prozent*	*Anzahl*	*Prozent*	Anzahl
SPÖ	17	9,28%	35	19,12%	52
ÖVP	14	7,65%	37	20,21%	51
FPÖ	6	3,27%	31	16,90%	37
GRÜNE	13	7,10%	11	6,01%	24
NEOS	1	0,54%	8	4,37%	9
STRONACH	3	1,63%	3	1,63%	6
OK	2	1,09	2	1,09%	4
Total	56	30,60%	127	69,39%	183

Abbildung 11. Frauenanteil im Nationalrat
(Eigene Darstellung nach Österreichisches Parlament, https://www.parlament.gv.at/)

Derzeit befinden sich 56 Frauen unter den 183 Abgeordneten des Nationalrats. Dies entspricht einem Prozentsatz von 30,6. Abbildung 11 zeigt die Aufteilung nach Parteien. Die Partei mit dem höchsten Frauenanteil ist die SPÖ.

In Österreich ist jedes Bundesland in Gemeinden gegliedert. Eine Gemeinde ist eine Gebietskörperschaft, mit dem Recht auf Selbstverwaltung, dessen oberste Organe Gemeinderat und Bürgermeister sind. Eine besondere Regelung trifft auf Wien zu. Der Gemeinderat hat hier die Funktion des Landtags und der Bürgermeister die Funktion des Landeshauptmanns bzw. der Landeshauptfrau, weil Wien Gemeinde und Land gleichzeitig ist. Daher finden die Gemeinderats- und Landtagswahlen alle fünf Jahre zugleich statt. (vgl. Parlament.gv (b))

Die letzte Wahl fand am 11. Oktober 2015 statt. Es kandidierten folgende Parteien Wien weit: SPÖ, FPÖ, ÖVP, Die Grünen, NEOS, WWW, Wien anders, und gemeinsam für Wien. Die meisten Mandate bekam die SPÖ, mit 44 und NEOS mit 5 Mandaten, die wenigsten (siehe Abbildung 12).

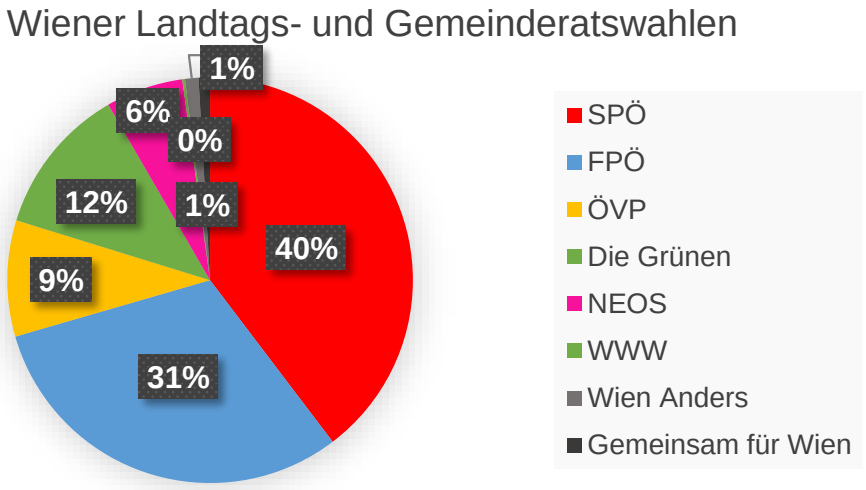

Abbildung 12. Wiener Landtags- und Gemeinderatswahl
(Eigene Darstellung nach Wien.gv (https://www.wien.gv.at/statistik/wahlen/regional/index.html)

5.2 Türkei

Die Türkei ist eine parlamentarische Demokratie, dessen Gesetzgebungsorgan die Große Nationalversammlung der Türkei (Parlament) bildet. Das Parlament besteht aus 550 Abgeordneten, die für vier Jahre von der Bevölkerung gewählt werden. Die Türkei wird prinzipiell zentralistisch verwaltet. Dennoch herrschen drei Verwaltungsebenen: Provinzen (81- jeweils ein Gouverneur), Landkreise (denen ein Regierungsvertreter vorsteht) und Gemeinden (Bürgermeister und in der untersten Ebene der Dorfvorsteher). (vgl. bdp, 2014)

Um in das Parlament einzuziehen, muss eine Partei die 10% Hürde überwinden. Die 550 Sitze werden nach Verhältnis- und Mehrheitswahlrecht je nach Bevölkerungszahl auf die Provinzen aufgeteilt. (vgl. Asilbay, 2013: 253) Bei der Parlamentswahl im Juni 2015 erreichte die regierende AKP 40,9% und konnte keinen Koalitionspartner innerhalb der gesetzlich vorgegebenen Frist finden. Daher wurden Neuwahlen im November 2015 angesetzt, welche ein enormes Medienecho auslösten. Die AKP erhielt mit 317 die absolute Mehrheit der Parlamentssitze, die kemalistisch- sozialdemokratische CHP 134, die rechtsgerichtete MHP 40 und die pro-kurdische HDP konnte 59 Mandate für sich gewinnen (siehe Abbildung 13).

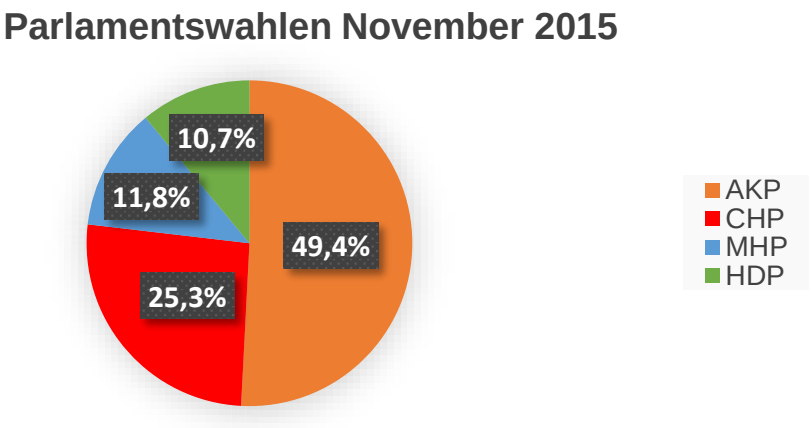

Abbildung 13. Parlamentswahl November 2015
(Eigene Darstellung nach TRT, 2015: http://trtsecim.com/#/?ilKodu=TR-99)

Abbildung 14 zeigt die Vertretung von Frauen im türkischen Parlament. Unter den insgesamt 550 Abgeordneten, befinden sich 81 Frauen, das entspricht 14,73% aller Abgeordneten. Mit diesem Wert rangiert die Türkei in der Auflistung der Interparlamentarischen Union[13] auf Platz 123 (im Vergleich: Österreich nimmt Platz 44 ein). (vgl. IPU, 2016) Für das Jahr 2015 liegt die Erfolgsquote für Frauen bei Wahlen in der Türkei bei 4%. (vgl. IPU, 2015: 11)

Die deskriptive Aufteilung der Frauen im türkischen Parlament

Partei	**Frauen**		**Männer**		**Partei Total**
	Anzahl	*Prozent*	*Anzahl*	*Prozent*	
AKP	34	10,73%	283	89,27%	317
CHP	21	15,67%	113	84,96%	134
HDP	23	38,98%	36	61,02%	59
MHP	3	7,50%	37	91,50%	40
Total	81	14,73%	469	85,27%	550

Abbildung 14. Frauen im türkischen Parlament
Quelle: TBMM, 2015: https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.dagilim

[13] Stand 1.06.2016: Frauenanteil in Parlamenten weltweit

5.3 Medienlandschaft Österreichs

„Die Medienstruktur Österreichs stellt sich schon auf den ersten Blick in vielerlei Hinsicht als ein Sonderfall dar“, weil sie sich durch eine sehr hohe Medienkonzentration kennzeichnet (Steinmaurer, 2002:11). Im europäischen Vergleich finden sich keine derartigen wirtschaftlichen Verflechtung und eine damit einhergehende potentielle publizistische Konzentration, wie in der österreichischen Medienstruktur. (vgl. ebd.:11)

Den Bereich Radio und TV prägte das langjährige Rundfunkmonopol des ORF, die größte Medienorganisation des Landes. Die Printmedienlandschaft wird von der Kronen Zeitung dominiert, welche ca. 32% aller LeserInnen (über 14 Jahre) der Bevölkerung erreicht. (vgl. GMMP, 2015:7; BKA, 2014:10; Medien Analyse 2015) Diese Tageszeitung gehört zu einem der größten Medienkonzerne Österreichs- der Mediaprint. Zu den „big playern“ zählt definitiv die Styria Media Group, welche neben Tageszeitungen wie z.B Die Presse, auch Wochentitel, Magazine, Fernsehen und Internetangebote umfasst. (vgl. derStandard.at, 2015)

Reichweite der österreichischen Tagezeitungen		
Tageszeitung	**in %**	**in 1.000**
Kronen Zeitung	32	4.983
Heute (gratis)	12,9	2.003
Kleine Zeitung	11,5	1.782
Österreich	8,4	1.314
Kurier	8,3	1.284
Der Standard	5,4	846
Oberösterreichische Nachrichten	5	774

Abbildung 15. Reichweite der österreichischen Tageszeitungen
Eigene Darstellung nach Media Analyse 2015- Reichweitenerhebung Jänner 2015 bis Dezember 2015. Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahre

5.4 Medienlandschaft der Türkei

In der Türkei zeichnet sich die Medienlandschaft durch die Diversität der Medien, Unterschiedlichkeit ihrer Ausrichtungen und stetig wachsenden Sektor (landesweit 6.800 Zeitungen& Magazine, 263 TV Sender und 1.058 Radio Stationen[14]) aus. Der staatliche Sender TRT wurde 1964 gegründet und hielt bis in die 90er Jahre eine Monopolstellung. Heute besteht eine breite Palette von Medienkonzernen, die TV- und Radiosender, Zeitungen und Magazine leiten. Unter den größten befinden sich Dogan yayin holding (darunter die Tageszeitung Hürriyet), Turkuvaz medya grubu, und Ciner yayin grubu. Der Großteil der Presse und des Fernsehens orientiert sich konservativ bis liberal-mainstream. (vgl. byegm, 2013: 12ff.)

Die meistverkauften Tageszeitungen in der Türkei sind: Hürriyet, Sözcü und Milliyet (vgl. medyatava.com). Nach europäischen Standards wird Hürriyet als eine Boulevardzeitung kategorisiert. „Hürriyet which is the most sold newspaper in Turkey is qualified as a tabloid newpaper by German public opinion and communication scientists due to both its layout and journalism" (Kara, 2016: 16). Außerdem nimmt die Onlineversion der Zeitung Platz 9 der meist besuchten Seiten der Türkei ein. (vgl. alexa.com)

[14] Zahlen aus dem Jahr 2013 (vgl. byegm, dt. Presse – und Rundfunkanstalt, 2013)

6. Forschungsdesign

Im folgenden Abschnitt wird die empirische Vorgehensweise des Forschungsvorhabens beschrieben. Das Instrument zur Datenauswertung, das Untersuchungsmaterial, der Untersuchungszeitraum und schließlich die Ergebnisse der hervorgegangenen Auswertung werden erläutert. Um diese Interpretieren zu können, wird auf die erarbeitete Literatur verwiesen und mit ihr verknüpft. Zur besseren Nachvollziehbarkeit des Forschungsvorgehens soll aber vorab das Erkenntnisinteresse formuliert werden.

6.1 Erkenntnisinteresse

Die umfangreiche internationale Literatur und Forschungstätigkeit zur medialen Darstellung von Politikerinnen bringt den Nachweis ihrer Ungleichbehandlung. Die bisherige theoretische und empirische Auseinandersetzung belegt eine Geschlechterasymmetrie von stereotypen Darstellungsformen bis hin zur Trivialisierung von Politikerinnen.

Erklärungsansätze liefert auf der einen Seite die feministische Diskussion, indem sie auf gesellschaftliche, kulturelle und historische Praxen verweist. Auf der anderen Seite stehen kommunikationswissenschaftliche Ansätze journalistischer Selektionsmechanismen, und auch Theorien von Mediensystemen, wonach Entwicklungstendenzen von politischer Kommunikation länderspezifisch als ein komplexer Prozess aufzufassen sind. Denn Mediensysteme können ihre eigene „media logic“ herausbilden, die wiederum von publizistischen Produktionsprozessen, sozioökonomischen und kulturellen Routinen geprägt werden. (vgl. Pallaver/Lengauer, 2008:104)

Aus diesen Ausführungen ergibt sich die Fragestellung inwiefern sich die politische Berichterstattung über Frauen in den Mediensystemen der Länder Türkei und Österreich unterscheidet. Es werden Gemeinsamkeiten in quantitativer Hinsicht erwartet, aber da die beiden Länder unterschiedlichen kulturellen Kreisen angehören, werden qualitative Unterschiede in der Darstellungsform angenommen. Die Hypothesen stützen sich auf vorangehende

essentielle Studien, die im Kapitel Forschungsstand veranschaulicht wurden. Neben dieser primären Intention, soll diese Forschungsarbeit dazu dienen, weitere Analysen in diesem Feld anzuregen sowie komparative transnationale mediale Berichterstattung mit dem Schwerpunkt Gender zu beobachten.

6.2 Forschungsfragen & Hypothesen

Die erste Forschungsfrage bildet das vorrangige Forschungsziel ab. Die Hypothesen wurden anhand der erarbeiteten Literatur formuliert:

FF1: *Inwieweit ist eine geschlechtsspezifische Darstellung von Politikerinnen in der Politikberichterstattung zu beobachten?*

H1: Frauen kommen quantitativ weniger häufig in der Politikberichterstattung vor als Männer.

H2: Insgesamt sind Politikerinnen quantitativ häufiger in Boulevardmedien vertreten als in Qualitätsmedien.

H3: Das Aussehen von Politikerinnen wird häufiger thematisiert als das von Politikern.

H4: Das Privatleben von Politikerinnen wird in der Berichterstattung häufiger dargestellt als das von Politikern.

H5: Wenn eine Politikerin Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird über sie im Zusammenhang von typisch weiblichen Themen berichtet.

H6: Wenn ein Politiker der Hauptakteur des Artikels ist, dann wird über sie im Zusammenhang von typisch männlichen Themen berichtet.

H7: Journalistinnen beurteilen Politikerinnen häufiger positiver als Journalisten.

Die zweite Forschungsfrage lautet:

FF2: *Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten lassen sich in der medialen Darstellung von Politikerinnen in den Ländern Österreich und Türkei beobachten?*

Für diese Forschungsfrage werden keine Hypothesen gebildet, weil für den Ländervergleich die obigen Hypothesen nach der Datenauswertung komparativ für Österreich und die Türkei betrachtet werden. Diese analytische Vorgehensweise ermöglicht eine vereinfachte Herangehensweise um Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu beobachten.

6.3 Operationalisierung

„*Unter Operationalisierung versteht man die Schritte der Zuordnung von empirisch erfassbaren, zu beobachtenden oder zu ertragenden Indikatoren zu einem theoretischen Begriff. Durch Operationalisierung werden Messungen der durch einen Begriff bezeichneten empirischen Erscheinungen möglich*“ (Atteslander, 2000:50).

FF1: *Inwieweit ist eine geschlechtsspezifische Darstellung von Politikerinnen in der Politikberichterstattung zu beobachten?*

H1: Politikerinnen kommen weniger häufig in der Berichterstattung vor als Politiker.
Unabhängige Variable: Politikberichterstattung → Indikator: Anzahl der Artikel mit Frauen , Länge der Artikel
Abhängige Variable: Vorkommen der Frauen→ Indikator: Häufigkeit der Nennungen von Politikerinnen

H2: Insgesamt sind Politikerinnen quantitativ häufiger in Boulevardmedien vertreten als in Qualitätsmedien.

Unabhängige Variable: Art der Zeitung → Indikator: Boulevard-oder Qualitätsmedium
Abhängige Variable: Vorkommen von Politikerin → Häufigkeit

H3: Das Aussehen von Politikerinnen wird häufiger thematisiert als das von Politikern.
Unabhängige Variable: Politikerinnen → Indikator: Frauen in politischem Amt
Abhängige Variable: Aussehen → Indikator: Nennung von Frisur, Kleidung, Gewicht, Größe, Makeup

H4: Das Privatleben von Politikerinnen wird in der Berichterstattung häufiger dargestellt als das von Politikern.
Unabhängige Variable: Politikerinnen → Indikator: Frauen als Politiker
Abhängige Variable: Privatleben → Indikator: Partner, Familie, Kinder, Herkunft, Alter,Ausbildung

H5: Wenn eine Politikerin die Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird über sie im Zusammenhang von typisch weiblichen Themen berichtet.
Unabhängige Variable: Politikerin als Hauptakteur → Indikator: Häufigkeit
Abhängige Variable: typisch weibliche Themen → Indikator: Soziales, Gesundheits- und Familienpolitik, Erziehung

H6: Wenn ein Politiker der Hauptakteur des Artikels ist, dann wird über sie im Zusammenhang von typisch männlichen Themen berichtet.
Unabhängige Variable: Politiker als Hauptakteur → Indikator: Häufigkeit
Abhängige Variable: typisch männliche Themen → Indikator: Militär, Sicherheit, Wirtschaft, Außenpolitik

H7: Journalistinnen beurteilen Politikerinnen häufiger positiver als Journalisten.
Unabhängige Variable: JournalistInnen → Indikator: Geschlecht des Verfassers
Abhängige Variable: Bewertung von PolitikerInnen → Indikator: positive/ negative Adjektive zur Beschreibung der Person

FF2: Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten lassen sich in der medialen Darstellung von Politikerinnen in den Ländern Österreich und Türkei beobachten?

6.4 Mediensample und Untersuchungszeitraum

Für die komparative Analyse werden die Onlineausgaben von je zwei nationalen Tageszeitungen für Österreich und die Türkei untersucht. Die Entscheidung erfolgte einerseits aus praktischen Gesichtspunkten und andererseits aus dem Prinzip, dass das Untersuchungsmaterial für beide Länder gleich zugänglich ist[15]. Die printmedial- basierten Onlinedienste gewähren einfachen Zugriff auf das Material und sind kostengünstig. Die Möglichkeit einer gezielten Suche nach Artikeln ist ein großer Vorteil für die empirische Analyse. Wichtig für die vergleichende Analyse ist, dass die Tageszeitungen sich so ähnlich wie möglich sein sollten. Deshalb wird pro Land ein Qualitäts – und Boulevardblatt gewählt.

Tagezeitungen zählen – besonders vor Wahlen – als wichtige Informationsquelle für die politische Meinungsbildung und kennzeichnen sich somit durch ihre Informationsfunktion. (vgl. Pfannes, 2004: 2) „They not only provide more political information than television, the effect of newspaper reading on voting in local elections is significantly greater than exposure to television news broadcasts" (Atkeson/ Krebs, 2008:245).

40% der ÖsterreicherInnen lesen Tageszeitungen um sich über politische Themen zu informieren und jeder vierte nutzt Online-Tageszeitungen. (vgl. meinungsraum.at) Die Übernahmequote von Printausgaben auf die Webpräsenz der Tageszeitungen ist tendenziell hoch. (vgl. Bratner/ Lojka/ Wippersberg, 2009:49) In Österreich stehen an vorderster Stelle vor allem die Nachrichtenportale der klassischen Massenmedien: orf.at, krone.at, kurier.at und derstandard.at. (vgl. Plasser/ Lengauer, 2010: 19ff.) Daher bildet das Untersuchungsmaterial für Österreich die Politikberichterstattung von kurier.at und derstandard.at. Sowohl die Print- als auch die Onlineausgaben zählen zu den reichweitenstärksten in Österreich. Die repräsentieren zudem unterschiedliche politische Richtungen.

[15] Türkische Printausgaben sind auf Datenbanken wie z.B Nexislexis mit Zugangsbeschränkungen verknüpft und teilweise nicht vorhanden.

Laut Eigendefinition ist derstandard.at ein „ein liberales Medium. Es ist unabhängig von politischen Parteien, Institutionen und Interessengruppen und wendet sich an alle Leserinnen und Leser, die hohe Ansprüche an eine gründliche und umfassende Berichterstattung sowie an eine fundierte, sachgerechte Kommentierung auf den Gebieten von Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft stellen“ (derStandard.at, 2014). Die Zeitung kann eingestuft werden als eher links gerichtet.

Der Kurier, der sich selber als Qualitätszeitung definiert, wird oft als Boulevardzeitung bzw. midmarket paper, einer Platzierung dazwischen, eingeordnet. Dies ist gewissermaßen der Blattlinie zu entnehmen „[…]umfassende, objektive und rasche Information, kritische und profilierte Kommentierung und gehaltvolle Unterhaltung […]“ (Kurier, 2012).

Sehr ähnlich ist es bei der türkischen Hürriyet (deutsch: Unabhängigkeit). Wie bereits im Kapitel 5.4 *Medienlandschaft der Türkei* erläutert, werden dem Medium Charakteristika einer Boulevardzeitung zugeschrieben. Nach eigenen Angaben definiert sich Hürriyet als unabhängige Tageszeitung und ist liberal- konservativ und national ausgerichtet. Sie gehört zu den meist verkauften und meist gelesenen Onlinezeitungen. Die international tätige Marktforschungsfirma Comscore bestätigte, dass hürriyet.com.tr unter den meist gelesenen Onlinezeitungen Europas rangiert (ca. 10 Mio. LeserInnen). (vgl. comscore.com, 2012)

Das Pendant zu derstandard.at bildet die nationale türkische Tageszeitung milliyet.com.tr (deutsch: Nationalität). Laut Internet Advertising Bureau Turkey[16] belegt milliyet.com.tr den ersten Platz unter den meist besuchten Nachrichtenportalen (ca. 7,1 Mio. Besucher pro Monat). (vgl. IAB Turkey). Die Zeitung gehört seit 2011 zu der Demirören Holding, die neben Mediensektor in verschiedenen Branchen wie Tourismus oder im Bauwesen tätig ist. Das Blatt wurde 1950 als sozialdemokratisch- kemalistische Zeitung gegründet.

[16] Zahlen von Juni 2016

Der Untersuchungszeitraum ist logischerweise abhängig von den Wahlen, die für die Analyse ausgewählt wurden. Der Analysezeitraum für beide Länder schränkt sich ein auf vier Wochen vor den Wahlen. Somit werden Artikel der ausgewählten österreichischen Medien vom Zeitraum 13.09.2015 bis zum 11.10.2015 gefiltert. Für die türkischen Portale gilt dasselbe. Hier beläuft sich der Untersuchungszeitraum von 04.10.2015 bis 01.11.2015. Boomgarden und Semetko beschreiben die sechs Wochen vor den Wahlen als „hot phase of the campaign“ (Boomgarden&Semetko, 2007:156). Für die Inhaltsanalyse dieser Arbeit gilt aber: je näher der Wahltag kommt, desto kompetitiver wird die Wahl und der Nachrichtenwert steigt damit noch mehr. Deshalb beschränkt sich die Analyse auf vier Wochen.

6.5 Methodenbeschreibung

Die empirisch deduktive Herangehensweise wird mittels Inhaltsanalyse durchgeführt. Die quantitative Inhaltsanalyse ist das gängigste Instrument zur Analyse von Medieninhalten und eine der weitest verbreiteten Methoden der Kommunikationswissenschaft. Ihr Gegenstand sind Bilder, Texte oder symbolhafte Kommunikation. Früh definierte die Inhaltsanalyse als „[…] eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen“ (Früh, 1998:24). Aus einer großen Datenmenge können wesentliche Muster und Tendenzen herausgearbeitet werden, um damit verallgemeinerbare und verlässliche Aussagen zu treffen. (vgl. Rössler, 2005:16) Somit ermöglicht das empirische Instrument die Reduktion von Komplexität. Andererseits ist ein wesentlicher Vorteil der Methode, dass es über eine deskriptive Analyse hinausgeht, weil Schlussfolgerungen aus dem Untersuchungsmaterial gezogen werden können, wie z.B über KommunikatorInnen, RezipientInnen oder Kontext. (vgl. Merten, 1995: 15) Hinzu kommt, dass die Datenmengen nicht vorstrukturiert sein müssen, da die Methode es ermöglicht Inhalte aus der Vergangenheit zu untersuchen. Als ein weiteres Charakteristikum der Inhaltsanalyse zählt ihre Nicht- Reaktivität, d.h es beeinflusst ihren Analysegegenstand nicht. (vgl. Bonfadelli, 2002:79ff.)

Bei der Analyse können nicht alle Merkmale von Medieninhalten berücksichtigt werden. Wichtig ist, dass aus der Perspektive der Fragestellung hypothesenrelevante Merkmale anhand des Analysegegenstands untersucht werden. (vgl. ebd.)

6.5.1 Das Kategoriensystem & Codebuch

Hauptbestandteil der Methode ist das Kategoriensystem, das auf das Untersuchungsmaterial angewendet werden muss und idealerweise bestimmten Gütekriterien entspricht. Diese sind Reliabilität (Zuverlässigkeit), Validität (Gültigkeit) und Objektivität (Nachvollziehbarkeit). Das Kategoriensystem legt fest anhand welcher Kriterien gemessen wird, die sich aus der Fragestellung der Forschung ableiten. (vgl. Früh, 1998:29ff.) Der Aufbau des Kategoriensystems gliedert sich nach der Anzahl der Analyseeinheiten. „Die Anordnung von Kategorien im Kategoriensystem erfolgt nach Analyseeinheiten getrennt, in der Regel vom Allgemeinen zum Spezifischen, vom Zentralen zum Peripheren und vom Formalen zum Inhaltlichen“ (Rössler, 2011:101).

Rössler weist auf die Beachtung folgender Aspekte bei der Erstellung von Kategorien:

- Vollständigkeit der Kategorien: damit alle notwendigen Messungen durchgeführt werden können,
- Trennschärfe der Kategorien: um alle Informationen richtig zuordnen zu können
- Relevanz: Miteinbeziehung relevanter Sachverhalte damit in weiterer Folge die Forschungsfrage beantwortet werden kann.

Die Analyse erfolgt mittels Codebuch, welche jede einzelne Kategorie spezifiziert, indem sie Kategorie, Ausprägung der Kategorie und deren Zahlencode zur empirischen Messung beinhaltet. Das Codebuch sollte möglichst genaue Anweisungen und gegebenfalls Beispiele beinhalten damit Nachvollziehbarkeit für andere ForscherInnen gewährleistet ist. (vgl. Bonfadelli, 202:89ff.) Daher werden im Folgenden die Kategorien dargestellt, die sich aus dem

Forschungsinteresse ergeben. Das vollständige Codebuch befindet sich im Anhang.

Es gibt formale und inhaltliche Kategorien. Bei den ersteren handelt es sich um physisch manifeste Sachverhalte, die in der Regel einen niedrigen Komplexitätsgrad aufweisen. Den wichtigeren Teil der Codierung stellt die inhaltliche Kategorie dar, bei denen referenzielle Einheiten gemessen werden (z.B Personen, Themen etc.). (vgl. Rössler, 2005: 131ff.) Die Analysekategorien für diese Arbeit sind folgende:

- Formale Kategorien

Das betrifft in diesem Fall Medium, Erscheinungsdatum des Artikels, Länge des Artikels, Ressort, Art des Beitrags und Geschlecht des Autors.

- Inhaltliche Kategorien

Die inhaltlichen Kategorien sind bedeutend wichtiger für die Beantwortung der Forschungsfragen. Um herauszufinden ob eine Ungleichbehandlung von Mann und Frau in der politischen Berichterstattung herrscht, wird auf wesentliche Analysekategorien eingegangen. Auf Basis der erarbeiteten Literatur wurden die bereits genannten Hypothesen aufgestellt. Aus denen lassen sich vier zentrale Dimensionen erarbeiten. Erstens, die *Medienpräsenz* (viability& presence), die durch Häufigkeiten erhoben wird. Zum einen wird die Anzahl der in der der Berichterstattung erwähnten politischen Akteuren nach Geschlecht gezählt. Zusätzlich gilt die Beobachtung, ob Abbildungen von politischen Akteuren vorhanden sind und ob direkte Zitate in der Berichterstattung Platz nehmen. Die restlichen inhaltlichen Kategorien beziehen sich nicht auf alle Akteure die im Text vorkommen, sondern nur mehr auf die Hauptakteure. Ein Beispiel zum Verständnis: in einem Artikel werden 2 Politiker und 3 Politikerinnen erwähnt. Je nach medialer Aufmerksamkeit (Bild, Häufigkeit der Nennung des politischen Akteurs, Zitate) werden pro Geschlecht (um nach weiteren Kategorien zu codieren) ein/e HauptakteurIn bestimmt. Dennoch soll bei jedem Artikel erfasst werden, ob der allgemeine Fokus der Berichterstattung auf Mann oder Frau liegt. Es ist nicht möglich alle Akteure zu codieren, da sonst die Datenauswertung den

Rahmen dieser Arbeit sprengt. Außerdem können Rückschlüsse auf eine Ungleichbehandlung geschlossen werden, wenn sich die mediale Aufmerksamkeit überwiegend auf ein Geschlecht bezieht.

Jene Akteure, die im Fokus des Artikels stehen (Hauptakteure), werden hinsichtlich der journalistischen Personendarstellung untersucht. Dies dient zur Erfassung von Stereotypisierung, Trivialisierung und Annullierung. Somit umfasst sie Personendarstellung die drei weiteren Dimensionen. Die Mehrheit der bisherigen Forschung belegt, dass das *Aussehen* (Frisur, Kleidung, Makeup, Gewicht, Größe), von Politikerinnen häufiger thematisiert wird als das ihrer Kollegen. Dies trifft bei einer Menge von empirischen Befunden auch auf das *Privatleben* zu. Die thematische Zuordnung von Politikfeldern der AkteurInnen in *harte und weiche Themen* ist ebenfalls ein wichtiger Faktor der Analyse. Die Unterteilung wurde anhand der vorangehenden Literatur entnommen.

Für die Kategorie *Gesamtdarstellung des politischen Akteurs/Bewertung* wurde eine Eigenschaftsliste von Susanne Kinnebrock herangezogen um Attribute von PolitikerInnen in den Medien herausarbeiten zu können. Es handelt sich um folgende Gegensatzpaare: Stärke – Schwäche, Rationalität – Irrationalität, Emotionalität – Kühle, Aktivität – Passivität, Abhängigkeit – Unabhängigkeit, Moralisch gut – Moralisch schlecht, Führungskompetenz–Führungsdefizit, Individualität –Gemeinschaftsorientierung/Teamfähigkeit, Weichheit – Härte, Überheblichkeit/Künstlichkeit – Authentizität/Bescheidenheit, Sexuell attraktiv – Sexuell nicht attraktiv, Sympathie/Charme – Antipathie/Uncharmant, Gewissenhaftigkeit/Gründlichkeit – Schlampigkeit (vgl. Kinnebrock, 2009, zit. Nach Schweigl, 2009: 48)

6.6 Datenerhebung und Datenauswertung

Die Codierung aller journalistischer Beiträge (ausgenommen bezahlte Einschaltungen) erfolgte durch die Verfasserin selbst. Nach Durchführung eines Pre-Tests wurde das Codebuch kleinen Veränderungen unterzogen. Alle Artikel wurden direkt auf den Webseiten der ausgewählten Medien nach Nennung von

mindestens einer Partei in Verbindung mit den beschriebenen Wahlen gefiltert. Dann wurde überprüft, ob mindestens ein Politiker oder eine Politikerin vorkommt. Für Österreich gilt daher: alle Beiträge in derstandard.at sowie kurier.at nach Nennung von mindestens einer der Parteien SPÖ, FPÖ, Grünen, ÖVP, NEOS im Zusammenhang mit der Wiener Landtags- und Gemeinderatswahl. Die türkischen Medien milliyet.com.tr und hurriyet.com.tr wurden nach den Auswahlkriterien AKP, CHP, HDP, MHP in Verbindung mit der Parlamentswahl gefiltert. Angesichts der großen Datenmenge in den türkischen Medien, wurden nur Artikel mit mindestens 100 Wörtern codiert. Es wurde in allen vier Medien nicht nach Namen von politischen Akteuren gesucht, da die persönlichen Ressourcen nicht ausreichend sind um tendenziell alle Kandidatinnen beider Länder herauszusuchen.

Die Analyseeinheit ist somit jeder Artikel, der sich aus Wörtern und gegeben falls Bildern zusammensetzt und die obigen Kriterien erfüllt. Die Datenauswertung erfolgte mittels SPSS 20 (Superior Performing Software System), ein Auswertungsprogramm für statistische Analysen.

7. Ergebnisse

Die komparative Analyse der Darstellung von politischen AkteurInnen in Österreich und in der Türkei wurde anhand von je zwei Onlineausgaben von Tageszeitungen durchgeführt. In diesem Kapitel werden alle Ergebnisse präsentiert. Als erstes werden die Auswertungen der formalen Ebene veranschaulicht, die Medium, Länge der Artikel, Ressortverteilung und Geschlecht der JournalistInnen aufzeigt. Für diese Auswertungen wird keine getrennte Darstellung auf Länderebene vorgenommen.

7.1 Formale Ebene

7.1.1 Medien

Die Suche nach relevanten Artikeln erfolgte – wie vorab erklärt – mittels Auswahlkriterien. Nachdem irrelevante Treffer und Duplikate aussortiert wurden, ergeben sich aus den ausgewählten österreichischen und türkischen Medien insgesamt 232 Artikel, die empirisch untersucht wurden (Grundgesamtheit n= 232). Innerhalb von vier Wochen, 13. September bis 11. Oktober 2015, entsprachen 126 Artikel (54,3%) aus der österreichischen Medien (derstandard.at und kurier.at) den Auswahlkriterien. In den türkischen Medien (milliyet.com.tr und hurriyet.com.tr). hingegen, konnten insgesamt etwas weniger, 106 Artikel (45,7%), codiert werden.

Tabelle 1. Artikel gesamt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Österreich	126	54,3	54,3	54,3
	Türkei	106	45,7	45,7	100,0
	Gesamt	232	100,0	100,0	

Dennoch bildet hurriyet.com.tr das Medium mit den meist codierten Beiträgen (28,9%). Somit entfiel der Großteil der gesamten 106 Artikel aus der Türkei aus dem Boulevardmedium. Wie Abbildung 16 zeigt, ist für Österreich derstandard.at (27,2%) mit einem Artikel mehr vertreten als kurier.at (26,2%).

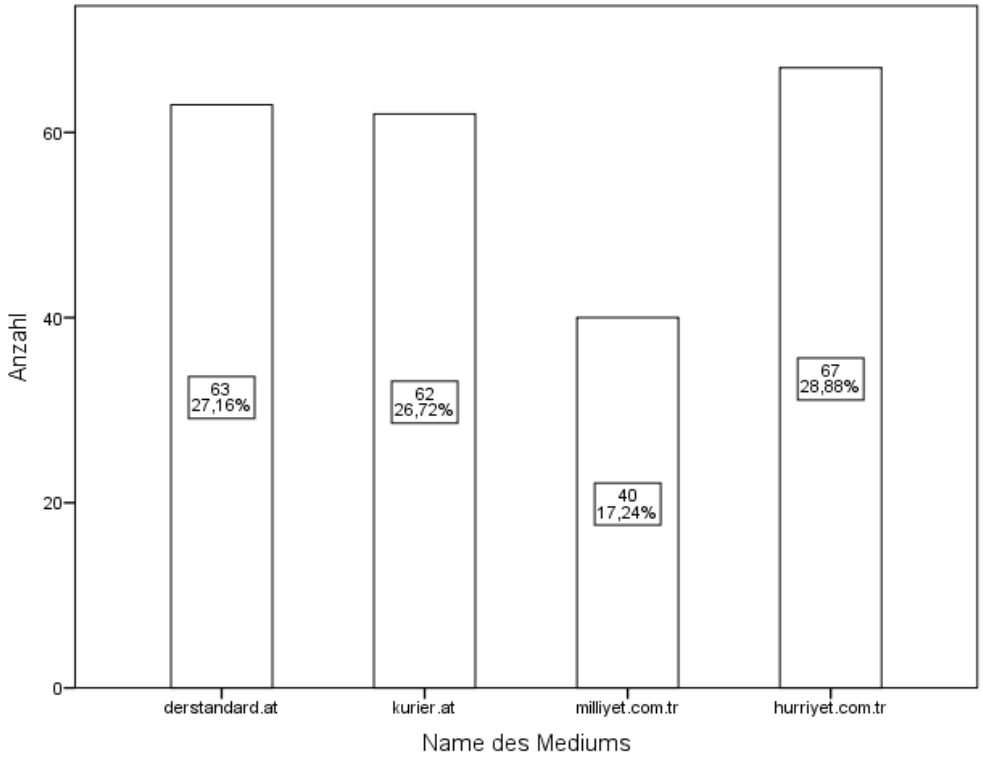

Abbildung 16. Häufigkeit der Artikel aufgeteilt nach Medium

7.1.2 Länge der Artikel

Der Durchschnittswert bei den Artikeln liegt bei 468 Wörtern. Interessant ist, dass hurriyet.com.tr, welches von westlichen Medien als Boulevardmedium eingestuft wird, den umfangreichsten Artikel bietet, und dessen Mittelwert sich kaum von derstandard.at und kurier.at unterscheidet. Lange Artikel sind kennzeichnend für Qualitätsmedien, da sie mehr Hintergrundinformation beinhalten. Da für türkische Medien eine mindest- Wortanzahl festgelegt wurde, entfällt der Artikel mit den wenigsten Wörtern aus kurier.at mit 42 Wörtern. Dennoch weicht der Mittelwert vom Online- Kurier nicht ab. (siehe Abbildung 17).

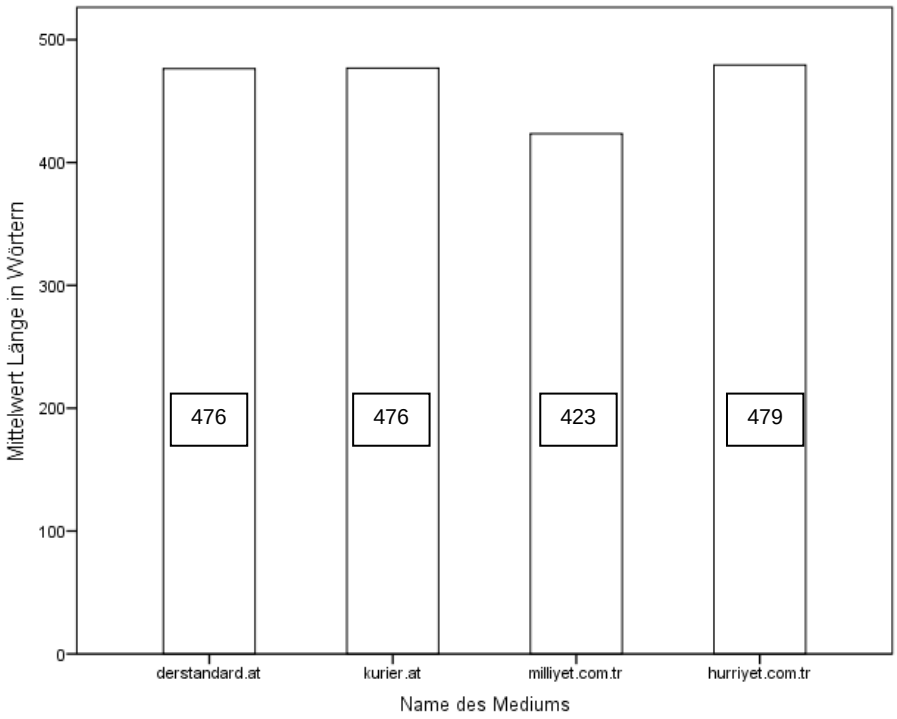

Abbildung 17. Länge der Artikel

7.1.3 Ressortverteilung & Art der Beiträge

Bei der Auswertung der Ressorteinteilung der Artikel, stellt man fest, dass 75% aller untersuchten Beiträge aus dem Politikressort stammen. Es wurden alle Beiträge betreffend Innen- aber auch Außenpolitik zusammengelegt. Das Ressort *Meinung* und *Sonstiges* liegen an zweiter Stelle, mit je 10,8%. Dies betrifft z.B Artikel, die in den türkischen Nachrichtenportalen unter dem Ressort *Regional* zu finden waren.

Tabelle 2. Ressortverteilung aller Artikel

Ressort		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Sonstiges	25	10,8	10,8	10,8
	Politik(Innen&Außen)	174	75,0	75,0	85,8
	Wirtschaft	1	,4	,4	86,2
	Meinung	25	10,8	10,8	97,0
	Chronik	7	3,0	3,0	100,0
	Gesamt	232	100,0	100,0	

Journalistische Darstellungsformen betreffend, dominiert die Nachricht mit insgesamt 38,4%. In Nachrichten sind grundsätzlich alle wichtigen Informationen für den Leser enthalten. Erst der Bericht liefert ausführliche Hintergrundinformationen. Dieser ist mit 34,1% vertreten. Am wenigsten konnten Kommentare und Interviews untersucht werden.

7.1.4 Geschlecht des Urhebers

Die Variable Geschlecht des Urhebers umfasst vier Ausprägungen. Aus Tabelle 3 wird ersichtlich, dass nahezu bei der Hälfte aller codierten Artikel kein Autor genannt wurde. Dabei handelt es sich meistens um Beiträge, die von Nachrichtenagenturen übernommen werden. Bei den restlichen Artikeln zeigt sich eine Überzahl von männlichen Journalisten, die über Politik berichten. Nur 18,1% der untersuchten Artikel stammen allein von einer weiblichen Autorin. Diese Zahl liegt weit unter den Messungen des Global Media Monitoring Project 2015. „Women report five percent more stories online than in the traditional mediums combined: 42% of news published online are reported by women" (GMMP 2015: 65). Besonders im Politikbereich berichten Frauen weltweit um 5% mehr in Onlinemedien als in traditionellen Medien. Diese Aussage lässt sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht überprüfen. Die Analyse von Online- und Printausgaben von Medien wäre erforderlich.

Diese Datenauswertung zeigt, dass Männer die Politikberichterstattung insgesamt dominieren. Nach Christina Holtz- Bacha trifft das besonders in

„prestigeträchtigen Ressort“ wie Politik und Wirtschaft zu. (vgl. Holtz- Bacha, 2007:76) Holtz- Bachas Annahme wird unterstrichen durch statistische Werte. Denn laut Umfragen ist der „typische Politikjournalist“ männlich (vgl. Lünenborg/ Berghofer, 2010:6).

Tabelle 3. Geschlecht des Urhebers

Geschlecht JournalistInnen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	unbekannt	106	45,7	45,7	45,7
	weiblich	42	18,1	18,1	63,8
	männlich	72	31,0	31,0	94,8
	männlich und weiblich	12	5,2	5,2	100,0
	Gesamt	232	100,0	100,0	

7.1.5 Erscheinungsdatum

Zusätzlich soll die Auswertung der Erscheinungsdaten der Artikel zeigen, dass die Quantität der Berichterstattung bereits Tage vor den Wahlen steigt (Wahl in Österreich am 11.10.15, in der Türkei am 1.11.15). Die Abbildung 18 zeigt die erwartete Tendenz. Jedoch muss an dieser Stelle angemerkt werden, dass explizit nur jene Artikel codiert wurden, die die relevanten Parteien nennen, sowie mindestens einen politischen Akteur beinhalten. Somit sind Beiträge die rein über Wahlumfragen, oder Wahlprognosen berichten, entfallen.

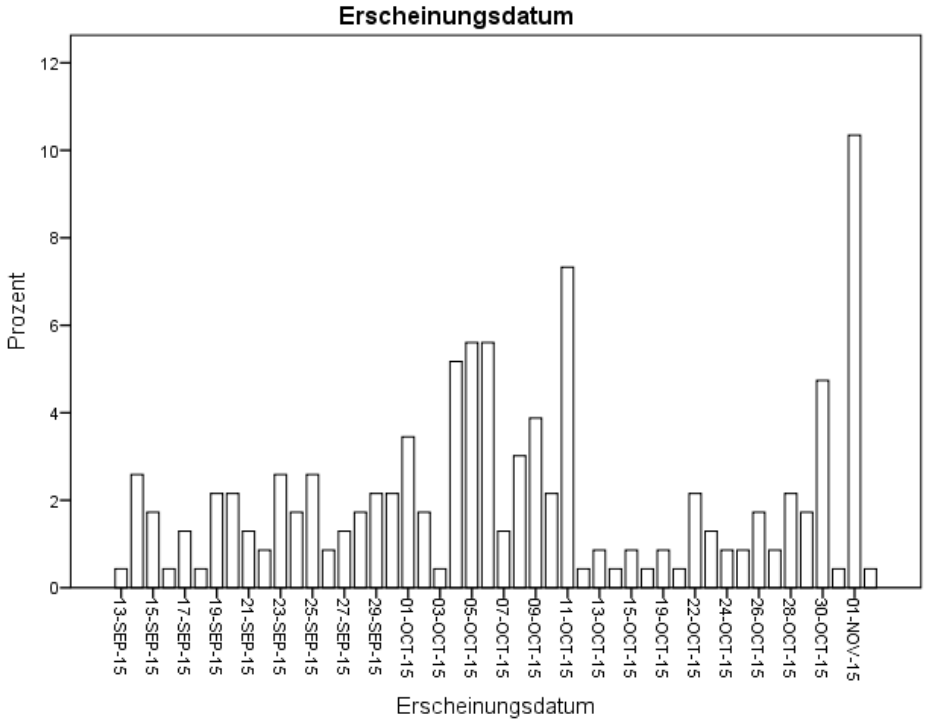

Abbildung 18. Erscheinungsdatum

7.2 Inhaltliche Ebene

Die inhaltliche Ebene der Inhaltsanalyse wurde bereits im Kapitel 6.3.1 *Das Kategoriensystem und Codebuch* dargelegt. Nach diesen aufgezählten Faktoren richtet sich die Ergebnispräsentation. Die forschungsleitende Frage beschäftigt sich mit der geschlechtsspezifischen Ungleichbehandlung von politischen AkteurInnen in der Berichterstattung. Hierzu wurden sieben Hypothesen aufgestellt. Die zweite Forschungsfrage ermittelt länderspezifische und länderübergreifende Eigenschaften der Berichterstattung. Hierfür wurden keine Hypothesen aufgestellt, da bereits formulierten Annahmen für die erste Forschungsfrage Unterschiede aufweisen können. Somit wird in diesem Kapitel zu jeder Hypothese eine allgemeine Auswertung präsentiert, und eine komparative. Diese Entscheidung wurde der Verständlichkeit und Lesbarkeit halber getroffen.

7.2.1 Medienpräsenz: Hypothese 1

Die erste Hypothese, ob Politikerinnen weniger häufig in der Berichterstattung vorkommen, konnte verifiziert werden. Anhand des Datensatzes wurden Häufigkeiten in Form von Pareto- Diagrammen ausgewertet. Diese zeigen die Unterrepräsentanz von Politikerinnen in der Berichterstattung. Fast in der Hälfte aller Artikel kommen keine Politikerinnen vor (49,6%). Kumulierte Häufigkeiten zeigen, dass 80% aller Artikel entweder keine oder eine Politikerin (34,1%) erwähnen. Je mehr Politikerinnen in einem Artikel erwähnt werden, desto geringer wird die Zahl der Artikel, die über Politikerinnen berichten. Die maximale Zahl der Politikerinnen, die in einem Artikel vorkommen, ist fünf. Die männlichen Kollegen hingegen, sind mit maximal 16 Akteuren in einem Artikel vertreten. Abbildung 20 zeigt nur 11,6% der untersuchten Artikel keinen Politiker nennt. Der zweite Balken zeigt, dass rund 30% der Artikel mindestens einen Politiker thematisieren.

Diese Hypothese kann in das Paradigma *Gleichheitsansatz* der feministischen Kommunikationsforschung eingeordnet werden. Wie bereits im Kapitel 3 erläutert, geht diese Denkrichtung davon aus, dass Frauen in den Massenmedien ausgeblendet werden. Diese These ist zwar radikal formuliert, aber die Überprüfung der Hypothese führt zum Rückschluss, dass die Marginalisierung von Politikerinnen zu beobachten ist.

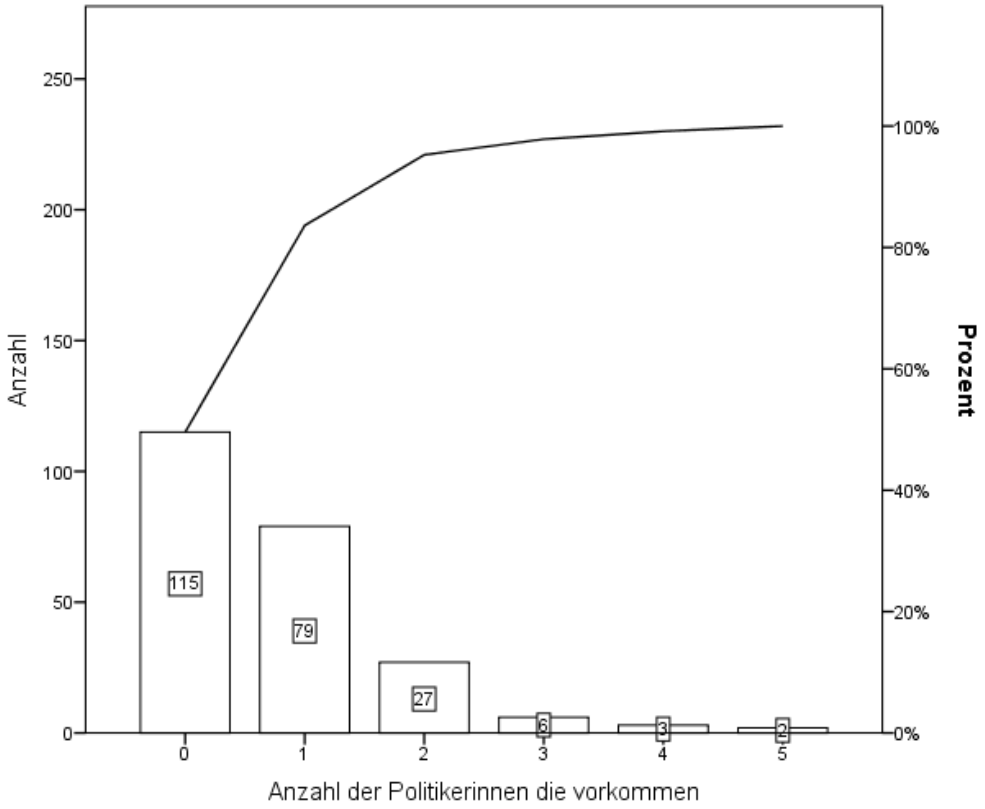

Abbildung 19. Politikerinnen in den untersuchten Medien

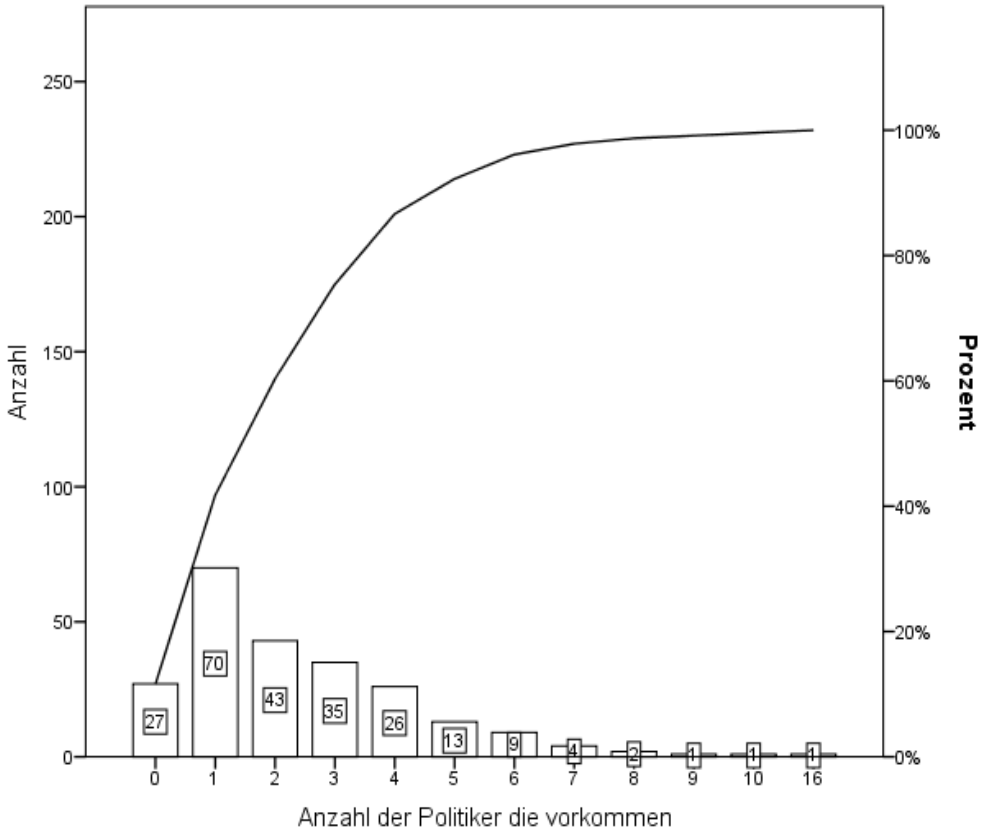

Abbildung 20. Politiker in den untersuchten Medien

Dieselbe Analyse wurde anhand einer explorativen Datenanalyse für den Ländervergleich durchgeführt. Es lässt sich beobachten, dass in Österreich häufiger über Politikerinnen berichtet wurde, als in der Türkei. Österreichische Medien erwähnen durchschnittlich 1,07 Politikerinnen mehr als die türkischen, deren Journalisten durchschnittlich 0,36 weibliche Akteure nennen. Wenn in den Österreich mehrere Politikerinnen genannt wurden, dann war die Maximalzahl 5, in der Türkei weniger als die Hälfte - nur zwei. Ein ähnliches Verhältnis überträgt sich auf die männlichen Akteure. Der Mittelwert für Österreich ist bei der Anzahl von Politikern die vorkommen 2,74, geringfügig mehr als in der Türkei 2,06.

Die Auswertungen belegen, dass in beiden Ländern weniger häufig über Frauen berichtet wird, als über Männer. Länderspezifische Unterschiede zeigen sich für die untersuchten Artikel, dass in der Türkei die Nennung von Politikerinnen geringer ausfällt.

7.2.2 Medienpräsenz in Boulevardmedien: Hypothese 2

Die aufgestellte Annahme geht davon aus, dass Politikerinnen häufiger in Boulevardmedien dargestellt werden, als in Qualitätsmedien. Tabelle 4 zeigt die deutlich hohe Anzahl von Politikerinnen, die in hurriyet.com.tr vorkommen, als in milliyet.com.tr. Für die österreichischen Medien kann die Hypothese nicht bestätigt werden.

Tabelle 4. Kreuztabellte Politikerinnen in Boulevardmedien

Name des Mediums * Anzahl der Politikerinnen die vorkommen Kreuztabelle

Anzahl

		Anzahl der Politikerinnen die vorkommen					Gesamt
		1	2	3	4	5	
Name des Mediums	derstandard.at	24	10	4	2	0	40
	kurier.at	22	14	2	1	2	41
	milliyet.com.tr	8	1	0	0	0	9
	hurriyet.com.tr	25	2	0	0	0	27
Gesamt		79	27	6	3	2	117

7.2.3 Thematisierung des Aussehens: Hypothese 3

Die dritte Hypothese lautet: Das Aussehen von Politikerinnen wird häufiger thematisiert als das von Politikern. Bei der Durchsicht des Analysematerials konnte festgestellt werden, dass 115 Artikel Politikerinnen gar nicht erwähnen (siehe Hypothese 1). Abbildung 22 zeigt die Auswertung der restlichen 117 Artikel, in denen weibliche politische Akteure vorkommen (fehlende Werte sind somit ausgeschlossen). In allen Beiträgen, in denen Frauen vorkommen, wurde nur zwei Mal das äußere Erscheinungsbild thematisiert. Hierzu wurden die Kategorien Frisur, Kleidung, Gewicht, Größe und Makeup berücksichtigt. Zum Vergleich wurden die Werte für männliche Akteure herangezogen. In 208 Artikel, schreiben Journalisten 12 Mal über das Erscheinungsbild von Politikern. Somit ergibt sich ein Prozentsatz von 5,8.

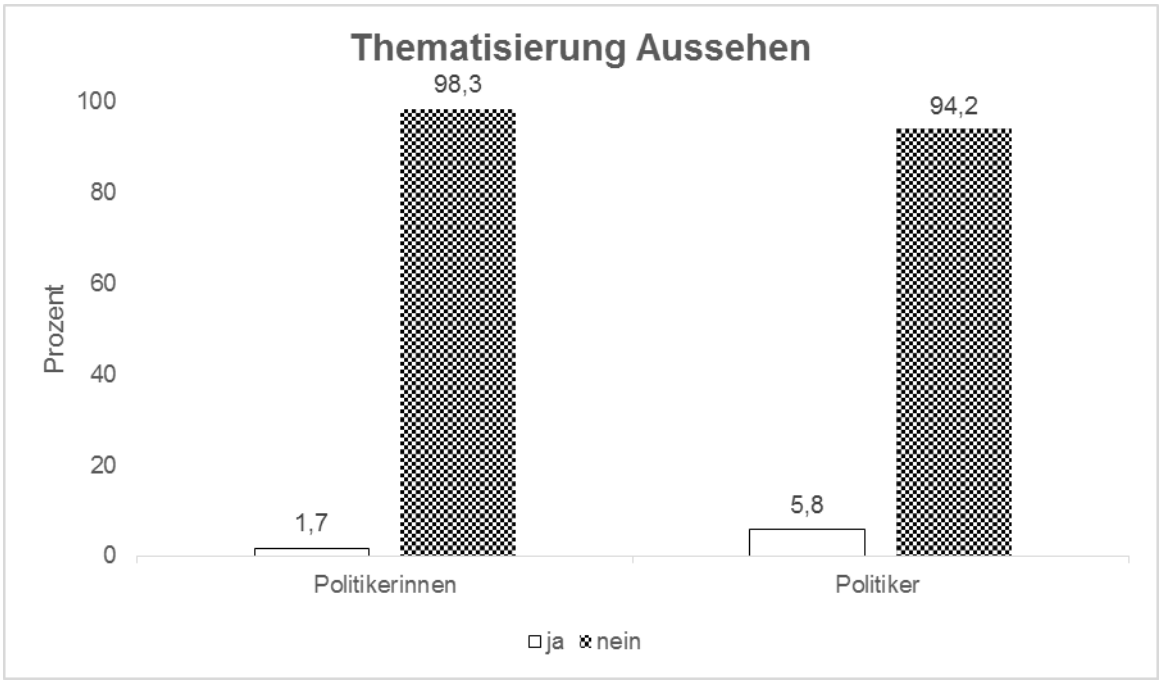

Abbildung 21. Thematisierung des Aussehens von Politikerinnen

So berichtet kurier.at am 25.09.16 über eine Parteiveranstaltung: „Laut Johann Gudenus war seine Socken-Wahl jedoch lediglich eine Styling-Entscheidung und kein politisches Statement“ (Bauer/ Ichner, 2015). In einem Interview mit Marcus Gremel, finden sich in den ersten Zeilen folgende Worte: „In Converse und Leinenhosen kommt er zum KURIER-Interview […]“ (Al Serori, 2015). Auch derstandard.at schreibt über H.C Straches „eng geschnittenen Anzug“. (Fellner, 2015).

Auf Länderbasis ergeben sich keine aussagekräftigen Ergebnisse. In Österreich wurde einmal über Maria Vassilakous (Grüne) Zahnlücke debattiert. Bei dem zweiten Fall geht es um das Makeup von Ursula Stenzel (FPÖ). In den türkischen Medien kommt das äußere Erscheinungsbild von Politikerinnen nicht vor.

Folglich kann festgehalten werden, dass die Hypothese nicht bestätigt werden kann. Der Anteil von Politikern, über dessen Aussehen berichtet wurde, erweist keine beachtlich große Menge. Sie ist aber dennoch größer als der von Politikerinnen.

7.2.4 Privatleben: Hypothese 5

Die Annahme, dass das Privatleben von Politikerinnen häufiger in der Berichterstattung thematisiert wird, erfolgte anhand einer Analyse von vier Kategorien. Diese sind Herkunft, Partner, Familie, Alter und Ausbildung.

● Herkunft

In der österreichischen Berichterstattung, in denen eine Politikerin vorgekommen ist, wurde zu 3,7% über die Herkunft berichtet. In den türkischen Medien ist der Prozentsatz niedriger - 2,8%. An dieser Stelle ist zu beachten, dass die türkischen Medien weniger häufig über weibliche Akteure berichtet haben. Somit wurde in den Artikeln beider Länder insgesamt zu 3,4% über die Herkunft von Politikerinnen berichtet. Die Zahl für männliche Kandidaten in beiden Ländern ist höher: 7,2% aller Artikel (Österreich 8,3%, Türkei 6,7%).

● Partner

Von insgesamt 117 Fällen wurde in 114 Fällen nicht über den Partner der Politikerin berichtet. Es konnten drei Artikel codiert werden, in denen der Partner der Politikerin genannt wird. Das länderspezifische Ergebnis für die Türkei hinsichtlich der Darstellung der Partner von Politikern sticht im Balkendiagramm heraus Es wurde in rund 7% der türkischen Artikel die Partnerin der Politiker erwähnt (Abbildung 24). Bei den Österreichern wurde geringfügig mehr die Partnerin eines Politikers erwähnt, als der Partner einer Politikerin.

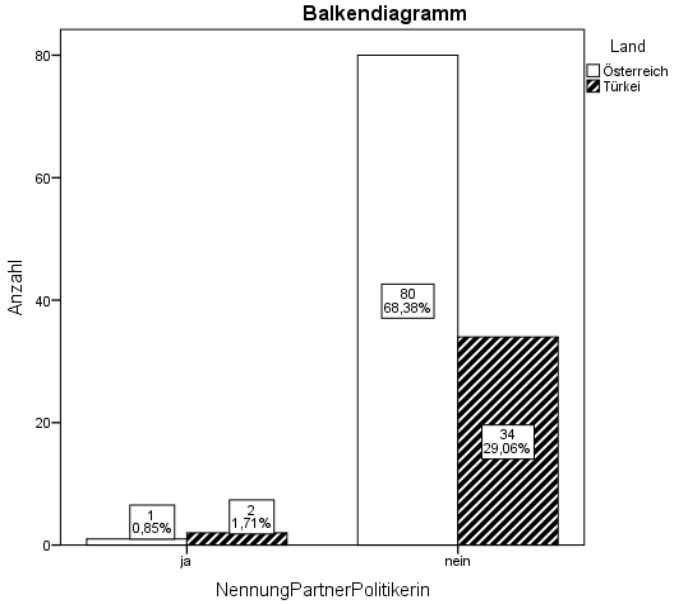

Abbildung 22. Nennung des Partners von Politikerinnen

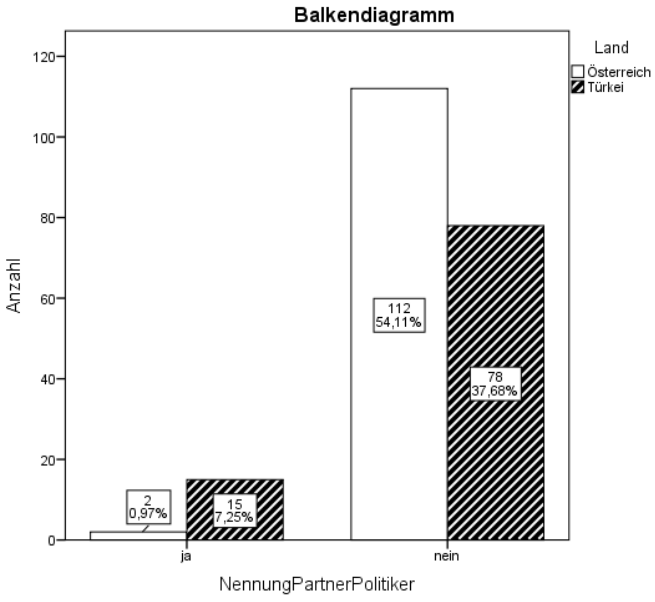

Abbildung 23. Nennung des Partners von Politikern

● Familie

Insgesamt zeigt sich, dass in beiden Ländern die Erwähnung der Familien von Politikern (6,2%) häufiger ist als die von Politikerinnen (2,6%). Zudem inkludieren türkische Medien Kinder und Eltern häufiger in die Berichterstattung über Politiker als über Politikerinnen. Besonders vertreten sind Familien bei Meldungen zu Wahlgängen bei türkischen Politikern (10,8%). Dies könnte man zurückführen auf die kulturelle Verankerung und Wichtigkeit des Familienkonzeptes, dem in der türkischen Gesellschaft sehr viel beigemessen wird. Andererseits finden sich in der Fachliteratur Ansichten darüber, dass die Verweise auf das Privatleben von Politikern nicht als Abwertung wie bei den Politikerinnen zu sehen sind, weil die Erwähnung der Familie eines Politikers sein Image stärkt (z.B das Rollenbild als der „Familienversorger“ oder die Vaterrolle).

● Alter

Das Alter von Politikerinnen wurde in den türkischen Medien kein einziges Mal genannt. In Österreich hingegen beläuft die Häufigkeit der Nennung in den Artikeln von derstandard.at und kurier.at auf drei. Für männliche Kandidaten entfallen die Häufigkeiten ebenfalls geringfügig, da von 208 codierten Artikel, in denen Politiker vorkommen, 13 das Alter erwähnten.

● Ausbildung

Wenig Berücksichtigung fand die Ausbildung der PolitikerInnen sowohl geschlechts- als auch länderspezifisch. Die Ausbildung von Politikerinnen wurde in der Türkei als auch in Österreich je zwei Mal erwähnt (3,4%). Hinsichtlich der Ausbildung von Politikern konnte diese in Österreich in sechs Artikeln codiert werden, in der Türkei in einem. Somit thematisierten JournalistInnen die Ausbildung von Männern ebenfalls zu 3,4%.

7.2.5 Themen: Hypothese 6 & Hypothese 6

Die Hypothese 6 und 7 beziehen sich auf die Themenzuschreibung, mit der weibliche und männliche HauptakteurInnen in Verbindung gebracht werden. Es liegt einerseits die Annahme zu Grunde, dass über weibliche Hauptakteurinnen im Zusammenhang mit weichen Themen berichtet wird. Andererseits wurde dieselbe Annahme für Politiker mit harten Themen getätigt. Von 232 Artikeln wurden in nur 58 Fällen Frauen als Hauptakteurinnen gesichtet (25%). Im überwiegenden Großteil der Beiträge richtete sich der Fokus auf Politiker (74,6%) und in nur einem Artikel sind Mann und Frau gleichgültig Hauptakteure.

Für jeden Artikel wurde das Hauptthema codiert. Die Kategorie besteht aus vier Ausprägungen. Wahl oder Wahlkampf, hartes Thema (Innen-&Außenpolitik, Wirtschaft, Steuern, Militär, Sicherheit), weiches Thema (Soziales, Gesundheit, Familie, Erziehung) und kein Politikbezug. Es beziehen sich insgesamt 75% aller Artikel auf die Wahlen, 15,9% auf harte Themen, 8,9% auf weiche Themen (nur 0,4% ohne Politikbezug). Abbildung 25 zeigt die Aufteilung in den Ländern. Es ist aus dem Balkendiagramm ersichtlich, dass harte Themen in der Türkei und weiche Themen in Österreich geringfügig häufiger vertreten sind.

Um herauszufinden, ob nun ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Hauptakteur und Hauptthema besteht, wurde eine Kreuztabelle erstellt.

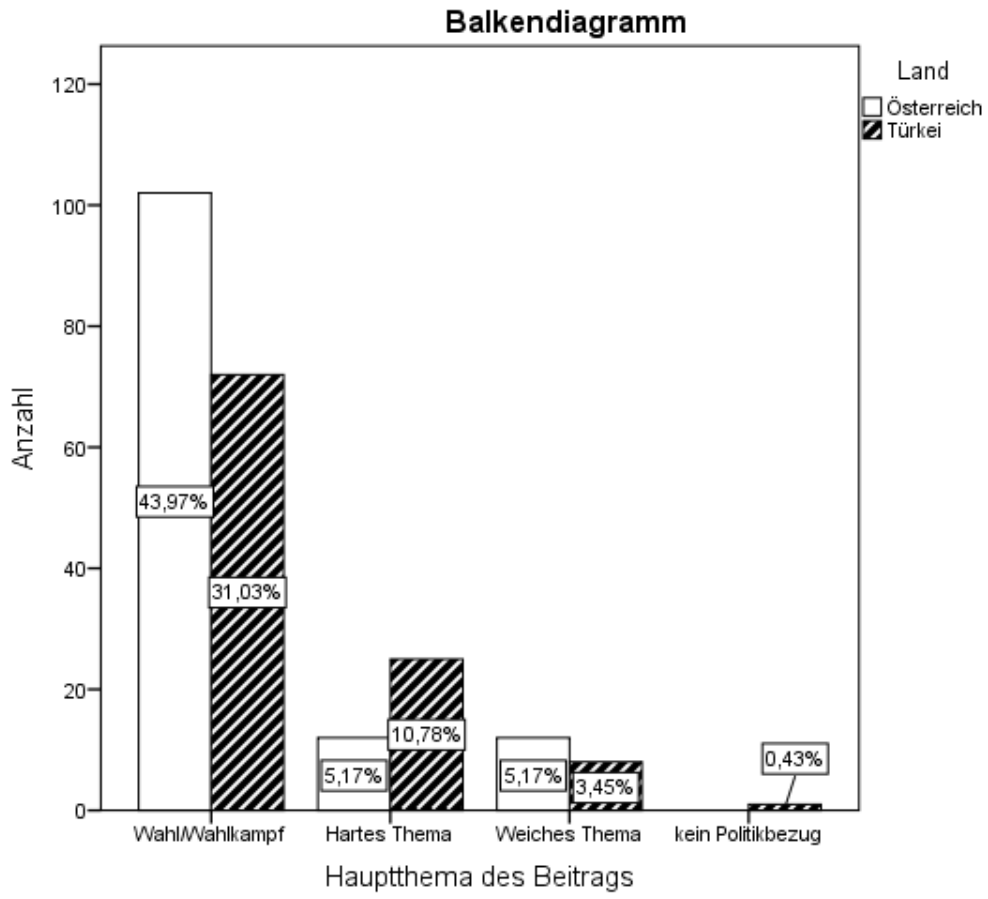

Abbildung 24. Hauptthemen der Beiträge nach Ländern

● Politikerinnen

Wenn Politikerinnen Hauptakteure sind, dann wird über sie in 20,7% der Artikel im Zusammenhang mit weichen Themen berichtet, mit harten Themen hingegen zu 17,2%. Als Hauptakteure kommen sie überwiegend im Hauptthema Wahl bzw. Wahlkampf vor (62,1%). Betrachtet man die Daten länderspezifisch, so kann die Hypothese für beide Länder nicht bestätigt werden. Österreichische Medien berichten über Politikerinnen im Fokus im Zusammenhang mit Wahlen am Häufigsten (71,9%) - ebenso in der Türkei (50%). Harte Themen werden in der Türkei mit Politikerinnen als Hauptakteure häufiger in Verbindung gebracht (30,8%) als in Österreich (6,2%) (Abbildung 26 und 27). Derstandar.at und kurier.at berichten geringfügig mehr (21,9%) im Kontext von weichen Themen als milliyet.com.tr und hurriyet.com.tr gemeinsam (19,2%).

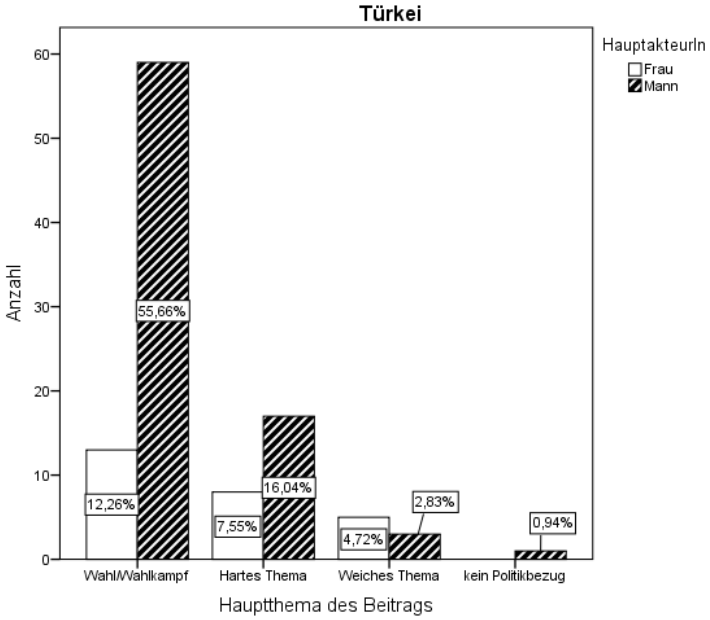

Abbildung 25. Hauptthemen der Beiträge Türkei

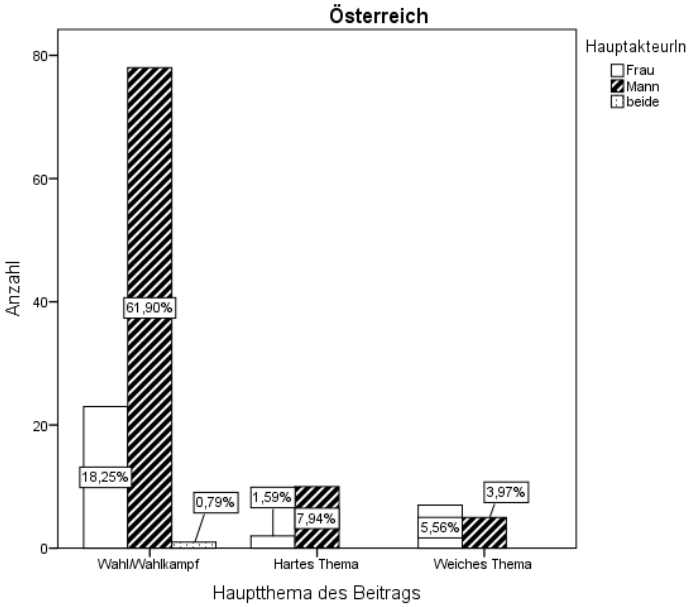

Abbildung 26. Hauptthemen der Beiträge Österreich

● Politiker

Wenn Politiker Hauptakteure von Artikeln sind, dann wird über sie in beiden Ländern am häufigsten im Zusammenhang mit den Wahlen berichtet. Interessant ist, dass in der Türkei fast doppelt so oft im Kontext von harten Themen berichtet wurde. Einen großen Faktor spielt hierbei die Explosion in Ankara am 10.10.2015. Dieses Ereignis dominierte die Berichterstattung.

Wegen der geringen Fallzahlen konnten keine signifikanten Ergebnisse erzielt werden. Die Erhebung zeigt jedoch, dass in den untersuchten Medien keine

Trivialisierung von Politikerinnen hinsichtlich der thematischen Rahmensetzung besteht.

7.2.6 Gesamtdarstellung Politikerin: Hypothese 7

Die letzte Hypothese geht der Annahme nach, ob Journalistinnen weibliche Kandidaten häufiger positiv bewerten als Journalisten. Um Bewertungen messbar zu machen, richtet sich die Kategorisierungen positiv, neutral und negativ nach der Attributenliste, die im Kapitel *Das Kategoriensystem und Codebuch* darlegt wurde. Die Darstellung einer Politikerin wurde positiv codiert, wenn Zuschreibungen in Form von Adjektiven (prädikative, attributive, adverbiale) im Artikel enthalten waren. Beispiele für positive Darstellungen sind: „*Im STANDARD-Chat am Donnerstag gab sich Spitzenkandidatin Beate Meinl-Reisinger siegessicher*." (derstandard.at 17.09.2015) „*Bei der Verabschiedung verspricht Vassilakou, selbst anzupacken*." (derstandard.at 29.09.2015).

Politikerinnen sind in insgesamt 116 Artikeln vorgekommen. Die Berichterstattung zeigt zu 14,6% negative und 29,3% positive Darstellung, unabhängig vom Geschlecht des Urhebers. Die untersuchten Fälle tendieren zu einer vorwiegend neutralen Darstellung von Politikerinnen (56%).

Die Hypothese kann vorerst nicht bestätigt werden, da sowohl Journalistinnen, als auch Journalisten Politikerinnen zu 25,5% positiv bewerten. Die Abbildung zeigt aber auch eine andere interessante Entwicklung. Nämlich, wenn Politikerinnen negativ bewertet wurden, dann häufiger von Journalistinnen als von Journalisten.

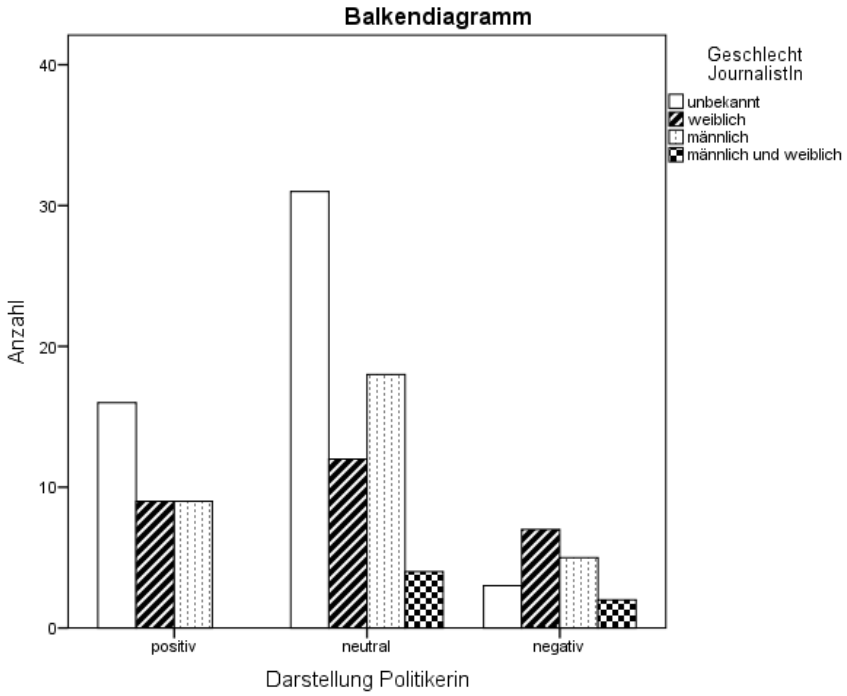

Abbildung 27. Geschlecht des Urhebers im Zusammenhang Darstellung PolitikerIn

Zwischen den Ländern fallen die Ergebnisse ähnlich aus. In der österreichischen Berichterstattung werden Politikerinnen sowohl positiv als auch negativ häufiger von Journalistinnen dargestellt. Generell ist die überwiegende Darstellung neutral. Für die türkischen Medien lassen sich geringe Fallzahlen beobachten und dementsprechend können keine aussagekräftigen Ergebnisse geliefert werden. Von 36 Artikeln war der Verfasser unbekannt.

7.2.7 Zusätzliche Erhebungen

Anhand des Untersuchungsmaterials wurden zusätzliche Daten erhoben die nicht zur Verifizierung oder Falsifizierung einer Hypothese dienen. Die Daten können dennoch wesentliche Informationen über die Medienpräsenz und Darstellung allgemein von politischen Akteuren liefern und die vorhergehenden Ergebnisse stützen.

● Bilder

Da Fotografien ein wesentlicher Bestandteil des Journalismus und somit auch der Berichterstattung sind, wurde erfasst ob Bilder vorhanden sind. Die Messung erfolgte anhand von acht Dimensionen.

Die Abbildung 29 veranschaulicht, dass nach Geschlecht sowohl der einzelne Politiker (34,9%) als auch mehrere Politiker (8,2%) am häufigsten abgebildet wurden. Die Politikerin als Subjekt hingegen wurde weniger als die Hälfte als der Politiker präsentiert (15,6%). Auf visueller Ebene sind Politikerinnen insgesamt unterrepräsentiert. Bilder von z.B Gebäuden oder Räumen wurden als sonstiges Bild codiert.

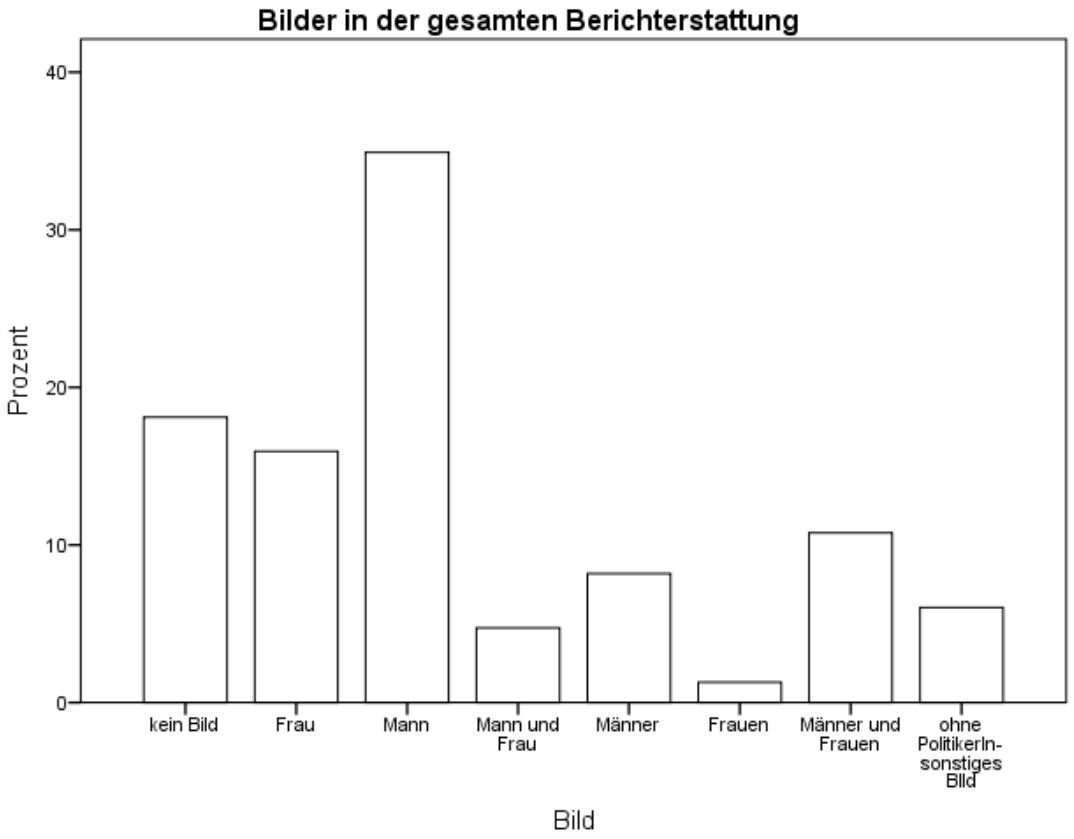

Abbildung 28. Gesamtzahl Bilder in der Berichterstattung

Betrachtet man die Abbildung von politischen Akteuren auf Länderebene, beweist die österreichische Berichterstattung insgesamt einen höheren Bildanteil als die zwei türkischen Medien. Ausgenommen davon sind Abbildungen von einer

Politikerin, welche in der Türkei mit einem geringfügigen Anteil von einem Bild mehr überragen. Zudem lässt sich feststellen, dass in Österreich kein Bild von mehreren Politikerinnen abgebildet wurde.

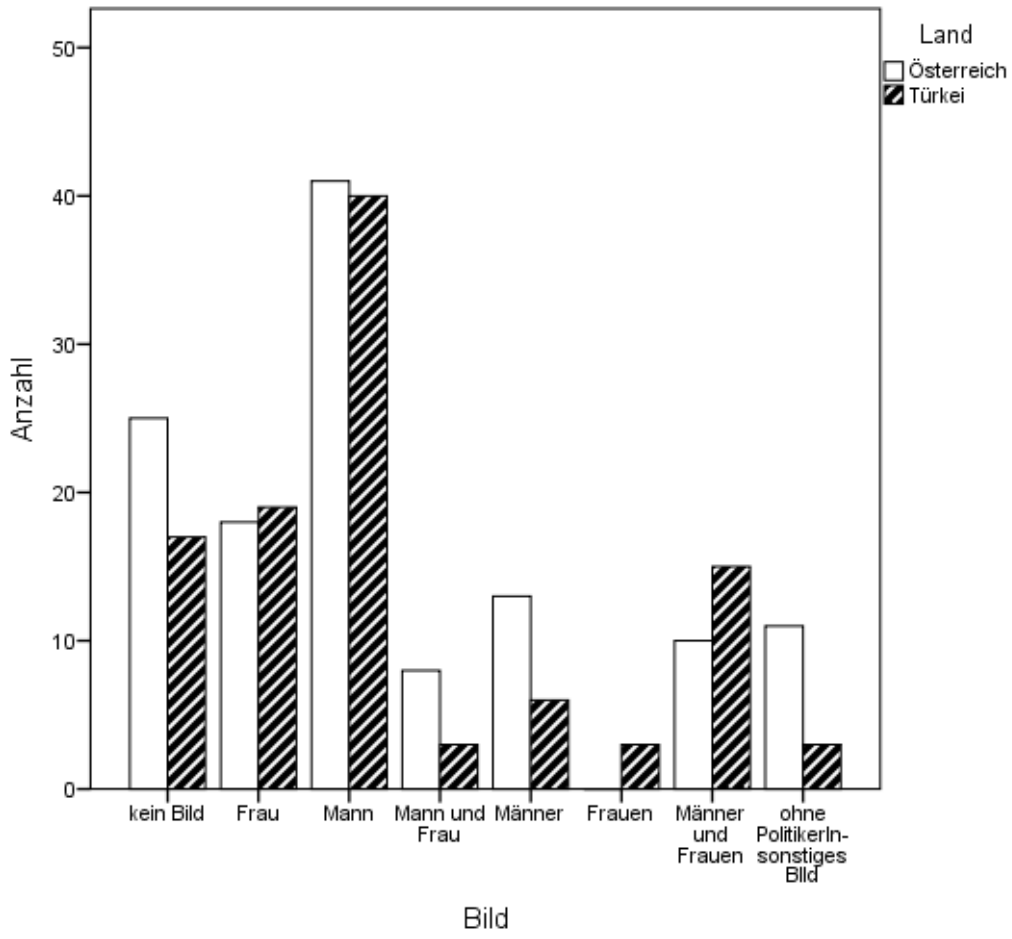

Abbildung 29. Bilder nach Geschlecht

● Bild von Einzelperson

Wenn ein Bild eines politischen Akteurs abgebildet wurde, dann erfolgte entweder eine positive, neutrale oder negative Codierung. Die Codieranleitung wurde von Dan und Iorgoveanu übernommen[17]. Demnach wird die Bewertung des Bildes einer Einzelperson unter Berücksichtigung von Gesichtsausdrücken, Hintergründen und Perspektiven vorgenommen. Die positive Codierung erfolgt wenn der/die KandidatIn lächelt und/ oder ein selbstbewusster Blick aufgesetzt

[17] Dan, Viorela/ Iorgoveanu, Aurora: Still on the beaten path: how gender impacted the coverage of male and female Romanian candidates for European office. 2013

ist, auch mit theatralischem Hintergrund. Negativ bedeutet wenn ein beängstigter, verwirrter oder böser Gesichtsausdruck zu sehen ist. Es wird auch die Haltung des Akteurs gewertet, z.B abgelichtet in einer ungünstigen physischen Stellung wäre negativ.

Abbildung 30. Beispiel für ein positiv codiertes Bild

(Quelle: kurier.at, https://kurier.at/politik/inland/zitate-der-woche-fuenfhaus-du-opfa-gib-stimme/153.481.162/slideshow)

Abbildung 31. Beispiel für ein neutral codiertes Bild

(Quelle: hurriyet.com.tr, http://www.hurriyet.com.tr/chp-li-hurriyet-bakan-simsek-i-chp-ye-oy-vermeye-davet-etti-37189123)

Abbildung 32. Beispiel für ein negativ codiertes Bild

(Quelle: kurier.at, https://kurier.at/politik/inland/jeder-dritte-wuerde-derzeit-fpoe-waehlen/153.652.516)

Die Datenauswertung ergibt für beide Länder interessante Ergebnisse. Wenn in der österreichischen Berichterstattung ein Bild einer Politikerin vorhanden ist, dann ist es zu 36,1% positiv und nur zu 5,6% negativ. Bei Abbildung eines Politikers hingegen erfolgt die positive Darstellung zu 61,1%, die negative zu 22%.

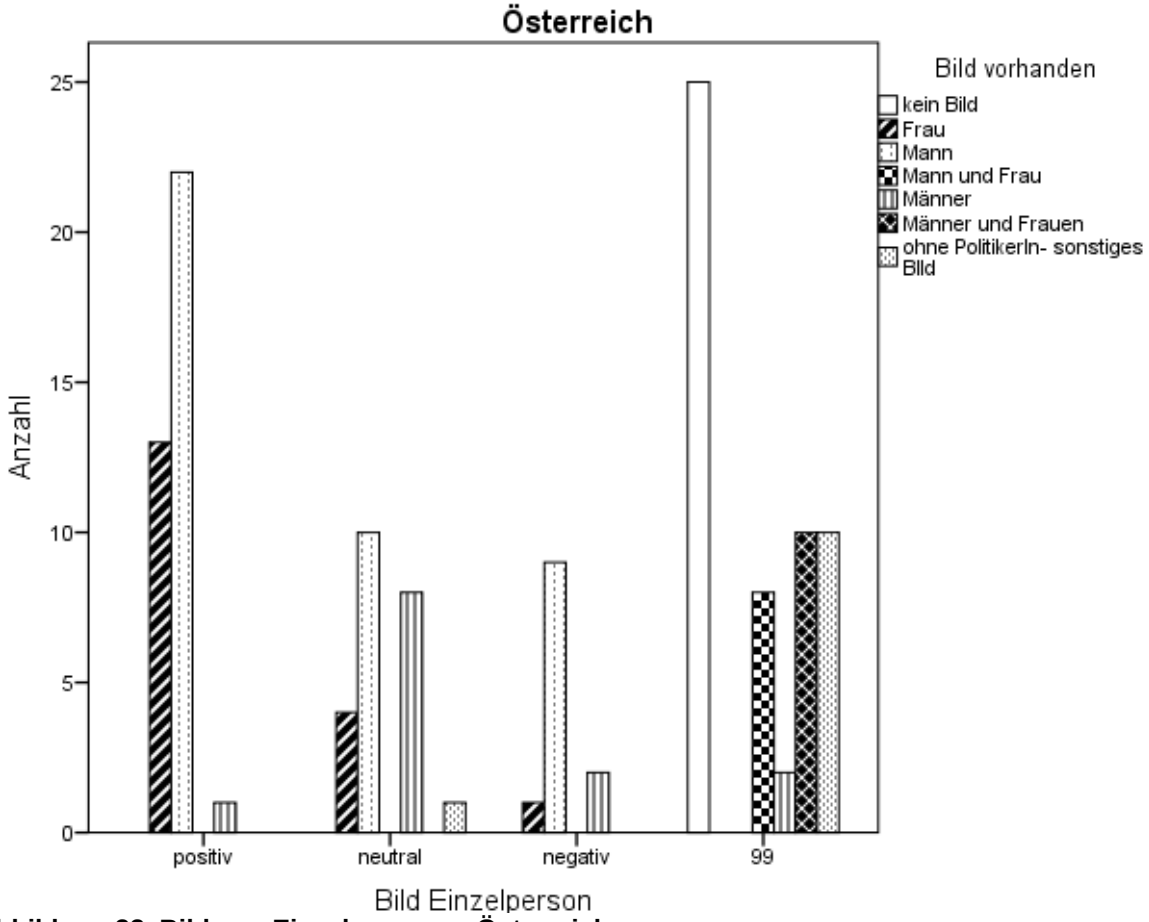

Abbildung 33. Bild von Einzelpersonen Österreich

In den türkischen Medien lassen sich keine negativen Bilder von Frauen finden. Positive Abbildungen von einzelnen Politikerinnen verzeichnen 17,9%. Für den einzelnen Politiker entfallen 64,1% positiv du 10,3% negativ.

● Benennung von politischen Akteuren

Da die Anrede von Politikerinnen ein Indiz für Trivialisierung sein kann, wurde anhand von verschiedenen Dimensionen codiert. Die nächste Abbildung zeigt die durchschnittlich häufigste Anredeform von Politikerinnen in beiden Ländern.

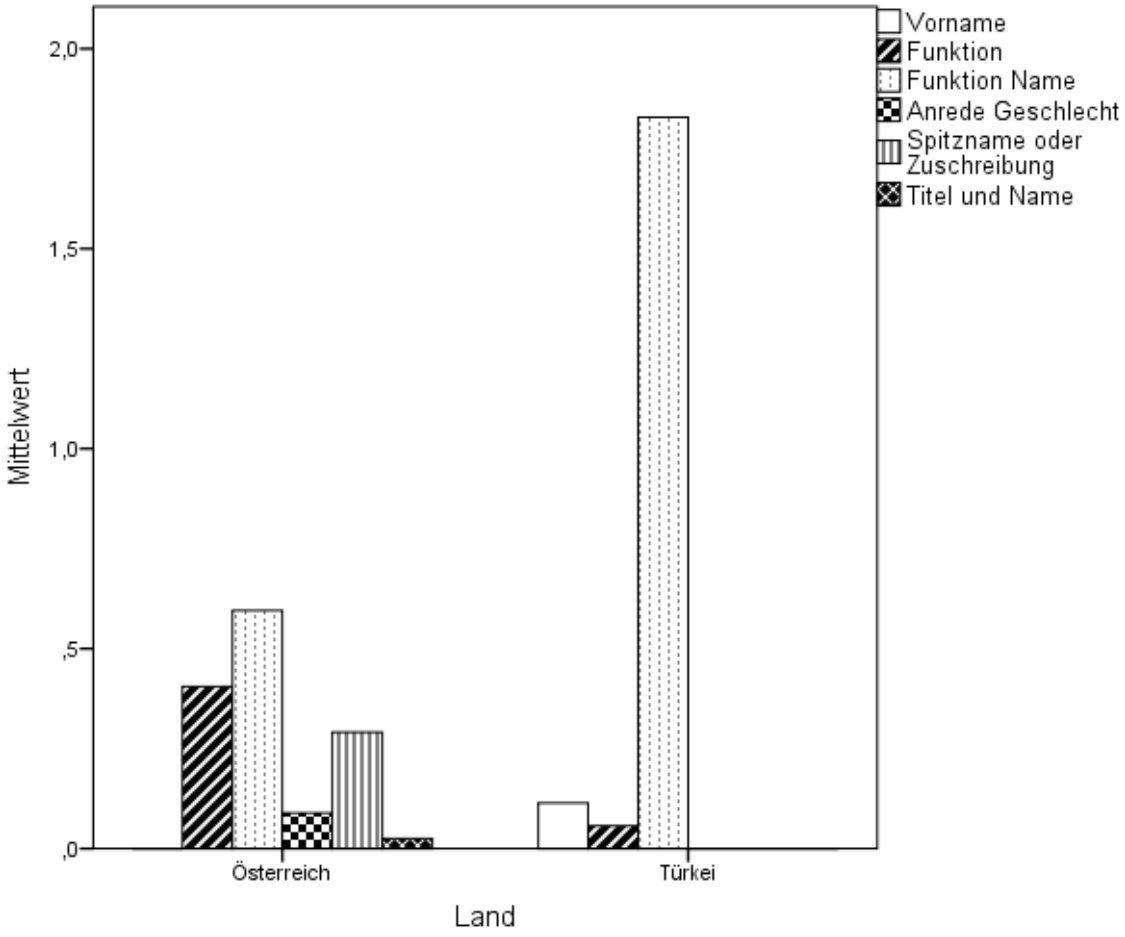

Abbildung 34. Benennung politischer Akteur

In der Türkei ist die Anrede, in der das Geschlecht explizit betont wird (z.B Frau XY) nicht vorgekommen, in Österreich schon. Auch Zuschreibungen oder Spitznamen konnten in der österreichischen Berichterstattung codiert werden. Beispielsweise schreibt derstandard.at über „Frau Sasilaku“ (Vassilakou -Grüne) oder FPÖ Kandidatin Ursula Stenzel wird als „Zugpferd“ bezeichnet.

● Erstgenannt

Des Weiteren wurde untersucht, ob eine Politikerin oder ein Politiker als erstes in der Berichterstattung genannt wurde. Dieses Merkmal wurde auch codiert, wenn das andere Geschlecht gar nicht vorkam. Es entfallen 26,7% Erstnennungen für Politikerinnen und 73,3% für Politiker in den gesamten Fällen.

Komparativ betrachtet, ergeben sich in Österreich und in der Türkei nicht sehr große Unterschiede. Wenn in der österreichischen Berichterstattung eine Politikerin Hauptakteurin war, dann wurde sie zu 80% als erstes genannt. Für die

türkischen Medien konnte ein signifikanteres Ergebnis für Politikerinnen und Erstnennung erzielt werden. 96,2% der Hauptakteurinnen werden als erste genannt. Auch für Politiker in der Türkei besteht ein Zusammenhang zwischen Hauptakteur und Erstnennung (98,8%).

● **Zitate**

Von allen untersuchten Artikeln erweisen 18,5% keine Zitate. Die direkten Aussagen von männlichen Akteuren wurden am häufigsten wiedergegeben. Der einzelne Politiker kommt insgesamt in 51,3% zu Wort, die Politikerin alleine, in 22%.

Das Diagramm (Abbildung 36) zeigt die Häufigkeit von Zitaten in den Ländern. Sowohl in der türkischen, als auch in der österreichischen Berichterstattung dominieren Männer bezüglich Wiedergabe ihrer Aussagen.

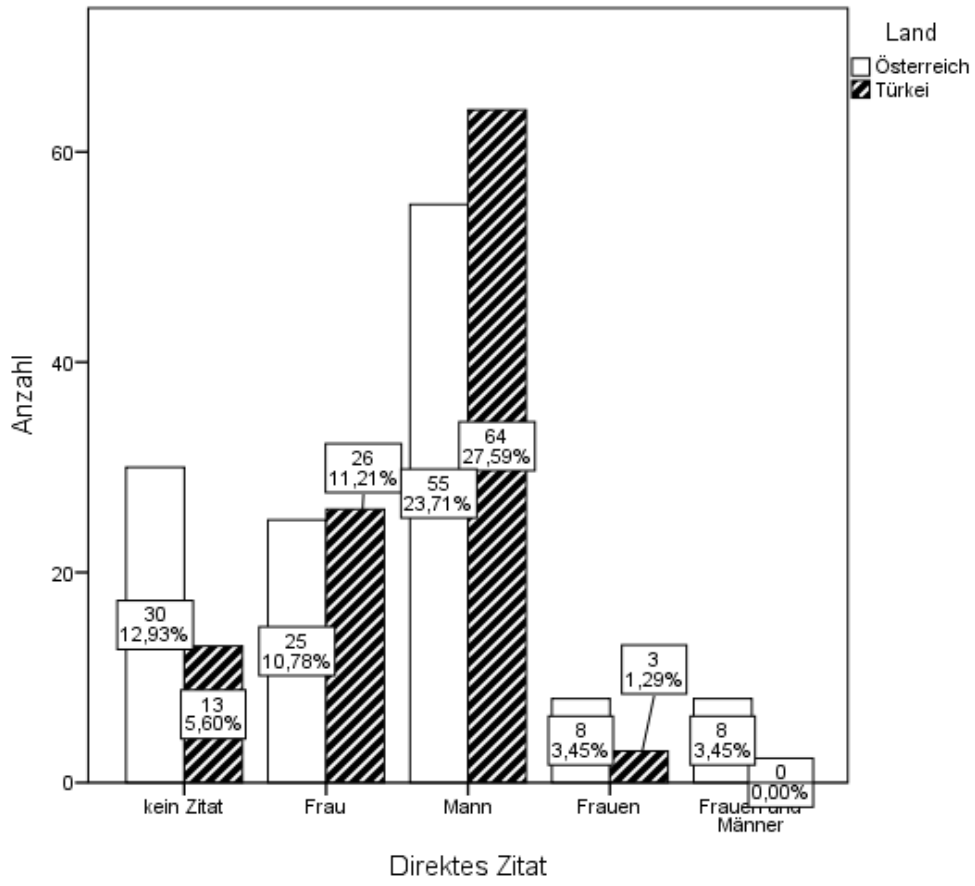

Abbildung 35. Häufigkeit der Zitate

8. Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion

Das Thema dieser Magisterarbeit ist die geschlechtsspezifische mediale Darstellung von Politikerinnen. Der Themenkomplex erscheint aus zwei wesentlichen Gründen relevant zu sein. Erstens, weil die in den Medien dargestellte Wirklichkeit die Wahrnehmung von Menschen durchdringt und in diesem Wege ihre Handlungen, Interaktionen und Einstellungen beeinflusst. Darunter sind gewiss Einstellungen zu Geschlechterbildern und -hierarchien, die zumal von Medieninhalten beeinflusst werden, die wiederrum Werthaltungen, Vorurteile und Stereotype Ansichten von Journalisten enthalten. Aus diesen Gründen ist es wichtig, wie Geschlechter in den Medien dargestellt werden. Besonders PolitikerInnen, die in einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis zu Medien stehen. Ihre Darstellung kann die Richtung der Bewertung von RezipientInnen bestimmen.

Zweitens, dringen immer mehr Frauen in die männliche Sphäre der Politik ein. Aktuell berichten internationale Medien über Hilary Clinton und ihre Präsidentschaftskandidatur. Wenn sie gewinnt, wird sie die mächtigste Frau der Welt. Eine Produktion aus dem deutschsprachigen Raum ist seit einigen Jahren der „Merkel Faktor“. Die Zahl der Forschung steigt seit den letzten Jahren, aber es gibt kaum komparative Analysen. Daher wurde eine Analyse von zwei Ländern vorgenommen. Mittels deduktiver Forschungslogik wurde eine inhaltsanalytische Untersuchung zu unterschiedlichen Zeitpunkten in den Untersuchungsländern durchgeführt. Die Untersuchungszeiträume richteten sich nach den Wahlen, die zu den wichtigsten in den jeweiligen Ländern zählen. Es wurde eine dementsprechend vielfältige Berichterstattung erwartet. In Österreich zeigte sich bei Durchsicht der Artikel, dass im Zeitraum vier Wochen vor den Wahlen die Flüchtlingsthematik den Wahlkampf dominierte. Demgegenüber war die türkische Berichterstattung geprägt von der Omnipräsenz des Bombenanschlags in Ankara, der sich am 10.10.2015 ereignete. Ziel der vorliegenden Arbeit war es, die zentralen Faktoren zu untersuchen, die in der bisherigen Forschung Indizien für Stereotypisierung, Marginalisierung und Trivialisierung bildeten und insgesamt auf eine Geschlechterdifferenz andeuten.

Als erstes konnte die erwartete Annahme, dass Politikerinnen in beiden Ländern weniger häufig in der Berichterstattung vorkommen, bestätigt werden. Eine beachtliche Zahl an Studien weist darauf hin, dass das Frauendefizit in der Politikberichterstattung zurückzuführen wäre auf das Geschlecht. In der wissenschaftlichen Diskussion herrschen aber auch andere Ansichten. Lünenborg sieht in den Boulevardmedien die Chance, um Geschlechterhierarchien zu durchbrechen, da mit Mitteln der Personalisierung oder Sexualisierung gearbeitet wird und gerade auf Grund des Geschlechts die quantitative Berichterstattung über Frauen höher sein müsse (vgl. Lünenborg, 2009:8ff.). Auch diese Kategorie wurde im empirisch untersucht. Besonders für die türkische Berichterstattung kann die Annahme bestätigt werden, dass quantitativ mehr über Frauen berichtet wird als in der Qualitätszeitung.

Wenn also im türkischen Boulevardblatt insgesamt mehr über Politikerinnen berichtet wurde, dann müsste das nach Lünenborgs Prämisse heißen, dass über das Aussehen von Frauen häufiger berichtet wird, als über das von Männern. Die zugrunde liegende Annahme musste verworfen werden, da in keinem Beitrag von hurriyet.com.tr das Aussehen von Politikerinnen thematisiert wurde. Auffällig war bei der Durchsicht der türkischen Berichterstattung, dass Politikerinnen häufig in traditionelle Rollen gesteckt wurden. Über Yüksekdag, Parteivorsitzende der HDP, wurde ein Bericht verfasst, dessen Hauptthema zwar Frauenrechte sind, aber die Politikerin stereotypisch an der Nähmaschine abbildet.

Abbildung 36. Yüksekdag beim Nähen

(Quelle : Milliyet.com.tr, http://www.milliyet.com.tr/binlerce-cinayet-zorla-guzellik/siyaset/detay/2137381/default.htm.%2025.10.2015)

Hinsichtlich des Privatlebens von Politikerinnen konnte auf eine Andersbehandlung von Journalisten geschlossen werden- aber anders als erwartet. Die Annahme, dass das Privatleben von Politikerinnen häufiger thematisiert wird, musste verworfen werden. Der höchste Anteil von Artikeln, der die Familie von Politikern thematisiert, stammt aus der Türkei. Auffallend ist auch die Nennung von Partnern der türkischen Politiker zu Beiträgen über deren Stimmabgabe. Wie bereits erwähnt, könnte diese Darstellung an kulturellen Verankerungen und Darstellungsroutinen der türkischen Medien liegen (auch bei Hallin und Mancinis „Comparing media system“ ein entscheidender Faktor).

Abbildung 37. Kocoglu mit Partnerin

(Quelle: hurriyet.com.tr, http://www.hurriyet.com.tr/kocaoglu-bu-secim-hepimizin-umudu-40008527)

Bezüglich “typisch männlichen” und “typisch weiblichen“ Themen ist es überraschend, dass keine signifikanten Aussagen getroffen werden konnten. Allerdings konnten anhand der zusätzlichen Analysen interessante Darstellungsmuster gezeigt werden. Der überwiegende Anteil an Bildern in der Berichterstattung stellt ein positives, bzw. vorwiegend neutrales Bild der einzelnen Politikerin dar.

Darüber hinaus konnten zusätzliche Informationen über die Zentralität der Politikerinnen erfasst werden. Als Hauptakteurinnen werden sie – in Anbetracht ihrer geringen quantitativen Darstellung – in den überwiegenden Fällen als erstes genannt. Die Codierung von trivialisierenden Zuschreibungen hält sich außerdem auch in Grenzen.

Insgesamt kann anhand der ausgewerteten Daten festgehalten werden, dass keine signifikante Ungleichbehandlung von Politikerinnen stattgefunden hat. Die „nicht-vorhandenen“ Daten sind der defizitären Berichterstattung über Politikerinnen hinsichtlich ihrer quantitativen Darstellung zu verdanken. Auf Grund dessen konnten keine signifikanten Ergebnisse erzielt werden. Diese Arbeit schließt sich somit den neueren Studien an (z.B Lachover, 2015), die, auf Veränderungen der medialen Darstellung von Politikerinnen deuten. Aus Sicht der feministischen Kommunikationswissenschaft, wurde das Forschungsvorhaben Anfangs dem Gleichheitsansatz zugeschrieben. Dieser geht der medialen Ungleichbehandlung in Form von Trivialisierung, Annullierung und Marginalisierung von Frauen aus. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen keine systematischen Benachteiligungen für Politikerinnen in der Berichterstattung. Durch die quantitative Unterrepräsentanz wurden Politikerinnen zwar marginalisiert, aber wenn über sie berichtet wurde, dann konnten nicht alle Annahmen bestätigt werden. Daher sind die Resultate dieser Forschung nicht eindeutig einem Paradigma der feministischen Forschung einzuordnen. Die Ergebnisse sind auch (De-)Konstruktivistisch gefärbt, zu dessen theoretischen Bezügen machttheoretische Positionen gehören (Bsp. Hierarchieverhältnisse Männer- Frauen). In diesem Sinne kann die männliche Dominanz in der Berichterstattung als mediale Macht der Politiker interpretiert werden.

Zukünftige Studien sollten einen größeren Untersuchungszeitraum und mehrere Medien miteinbeziehen. Die Bildinhaltsebene leistet sicherlich einen wichtigen Beitrag zur Erfassung von Stereotypisierung.

„*Finally, we need to stop talking about how women are different from men and instead consider how (and if) men are different from women*.” (Larson, 2001: 228)

LITERATURVERZEICHNIS

Monographien

Alemann, Ulrich: Grundlagen der Politikwissenschaft: Ein Wegweiser. Opladen: Leske + Budrich. 1994

Angerer, Marie- Luise/ Dorer, Johanna: Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller. 1994

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Walter Gruyter. 2000

Bernauer, Thomas / Jahn, Detlef / Kuhn, Patrick / Walter, Stefanie: Einführung in die Politikwissenschaft. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 2013

Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 2002

Dabrowska, Jarochna: Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse. Eine textlinguistische Untersuchung. Tübingen: Narr Verlag. 1999

Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte: Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft: Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden: Springer Verlag. 2013

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 4. Auflage. Konstanz: UVK Verl.-Ges. 1998

Hallin, Daniel C. / Mancini, Paolo: Comparing media systems. The three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press. 2004.

Jarren, Otto/ Dognes Patrick: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3., bearbeitete Auflage Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011.

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998.

KLAUS, Elisabeth (2002b): Perspektiven und Ergebnisse der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Beck, Rose Marie (Red.) (2002): Frauen in den Medien. Bd. 61: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis. Köln: Eigenverlag des Vereins Beiträge zur Feministischen Theorie und Praxis. e.V., 11-32.

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wien: LIT Verlag. 2005

Leinfellner, Christine: Das Bild der Frau im TV. Salzburg: Neugebauer. 1983

Louw, Eric: The Media and Political Process. London: Thousand Oaks; New Delhi: Sage. 2005

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1996.

Lünenborg, Margareth/ Maier, Tanja: Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft. 2013

Mast, Claudia : ABC des Journalismus. Ein Handbuch, 11., überarbeite Auflage, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2008

McQuail, Denis: Media performance: mass communication and the public interest. London: Sage Publ. 1992.

Merten, Klaus: Inhaltsanalyse. Eine Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1995

Müller, Thomas/ Weber, Karl: Einführung in das öffentliche Recht und Europarecht. Wien: Verlag Österreich. 2014

Pfannes, Petra: "Powerfrau", "Quotenfrau", "Ausnahmefrau"...? Die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse.Marburg: Tectum Verlag. 2004

Raupp, Juliana/ Vogelsang, Jens: Medienresonanzanalyse. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2009

Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. Konstanz: UKV-Verlag-Gesellschaft. 2005

Scheu, Ursula: Wir werden nicht als Mädchen geboren- wir werden dazu gemacht. Zur frühkindlichen Erziehung in unserer Gesellschaft. Frankfurt am Main: Fischer Verlag. 1977

Schulz, Winfried: Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. Auflage, 2008. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sennewald, Nadja: Alien Gender. Die Inszenierung von Geschlecht in Science-Fiction-Serien, Bielfeld: transcript. 2008

Tokgöz, Oya: Siyasal İletişimi Anlamak. Ankara: İmge Kitapevi. 2008

Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.) : Frauen, Politik und Medien. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008 Wiesbaden

Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.) : Medien- Politik- Geschlecht. VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008. Wiesbaden

Östgaard, Einar (1965): Factors influencing the flow of news. In: Journal of Peace Research 2, S. 39-63.

Sarcinelli, Ulrich: Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im Demokratischen System. 2001, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Van Zoonen, Liesbet: Feminist media studies. London: Sage Publications. 1994

Wernecken, Jens: Wir und die anderen. Nationale Stereotype im Kontext des Mediensports, Berlin: Vistas. 2000

Wolff, Volker : ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus, Band 67, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2006

Sammelbände

Eckes, Thomas: Geschlechterstereotype von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker, Ruth/ Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag. 2010. S. 178-189

Hennessy, Rosemary: Feminismus. In: Frigga Haug (Hrsg.) : Historisch-Kritisches Wörterbuch des Feminismus. Hamburg: Argument. 2002. S. 155- 170

Holtz- Bacha, Christina a: „Zur Einführung: Politikerinnen in den Medien. In: Holtz-Bacha, Christina/ König-Reiling, Nina (Hg.). Warum nicht gleich? Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 7- 16. 2007

Küchenhoff, Erich (Hrsg.)/BOSSMANN, Wilhelm:Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der UniversitätMünster. Bd. 34: Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit. Stuttgart [u.a.]: Kohlhammer. 1975

Nicklas, Hans/Ostermann, Anne (1989): Die Rolle der Images in der Politik. Die Ideologie und ihre Bedeutung für die Imagebildung am Beispiel des Ost-West-Konflikts. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Völker und Nationen im Spiegel der Medien, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 22 – 35. 1989

Pallaver, Günther/ Lengauer, Günther: Weibliche Repräsentanz und Media Frames. Politikerinnen in Österreichs Medien. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte/ Köpl, Regina (Hrsg.): Medien- Geschlecht- Politik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008

Plasser, Fritz und Lengauer, Günther: Die österreichische Medienarena: Besonderheiten des politischen Kommunikationssystems. In Fritz Plasser (Hrsg.), Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. 2010 S. 19-52.

Prenner, Andrea: Die Nachricht ist „männlich“. Zur Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. In: Angerer, Marie Luise/Dorer, Johanna (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Wien: Braumüller. 1994. S. 152–160.

Renn, Ortwin/ Deuschler, Jürgen/ Jäger, Alexander/ Weimer- Jehlen, Wolfgang: Leitbild Nachhaltigkeit. Eine normativ- funktionale Konzeption und ihre Umsetzung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2007

Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Haas, Hannes / Jarren, Otfried (Hrsg.): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien, 2002. (=Studienbücher zur Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Bd. 12). S. 61-66

Rothenberger, Liane/ Auer, Claudia: Normativität in der Kommunikationsforschung: Journalistik. In: Karmasin, Matthias/ Rath, Matthias/ Thomas, Barbara (Hrsg.): Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2013

Salimma, Maria: Die anderen Ministerpräsidenten. Geschlecht in der printmedialen Berichterstattung über Berufspolitik. In: Klaus, Elisabeht/ Röser, Jutta (Hrsg.): Medien- und Geschlechterforschung. Berlin: LIT Verlag. 2014

Sarcinelli, Ulrich: Politikvermittlung. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998. S. 702-703

Saxer, Ulrich: System, Systemwandel und politische Kommunikation. In: Jarren, Otfried/ Sarcinelli, Urlich, Saxer, Urlich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen/Wiesbaden : Westdeutscher Verlag., 1998. S.21-63

Schmerl, Christiane: Die öffentliche Inszenierung der Geschlechtscharaktere. Berichterstattung über Frauen und Männer in der deutschen Presse. In: dies. In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien. Köln,1989

Schulz, Rüdiger: Mediaforschung. In: Noelle Neumann, Elisabeth /Schulz, Wilke (Hrsg.) 1989, S. 133-156

Steinmaurer, Thomas: Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. In: Steinmauer, Thomas (Hrsg.) : Österreichs Mediensystem im Überblick. Wien: Studienverlag. 2002 S.9-31

Tuchman, Gaye: The symbolic annihilation of women by the mass media. In Tuchman, Gaye/ Daniels, Arene Kaplan/ Benet, James (Hrsg.) : Hearth and home: Images of women in the mass media (S. 3-38). New York: Oxford University Press

Fachzeitschriften

Arat, Yesim: A woman prime minister in Turkey: Did it matter? In: Women & politics. Vol. 19., No. 4. 1998. S. 1-22

Arat, Yesim: Obstacles to political careers: Perceptions of Turkish women. In: International political science review. Vol.6, No. 7 Women in Politics. S. 355-366. 2011

Atkeson, Lonn Rae/ Krebs, Timothy B.: Press coverages of Mayoral Candidates: The role of gender in news reporting and campaign issue speech. In: Political research quarterly. Vol. 61, No. 2. S. 239-252

Aydemir, Dilek/ Aydemir, Elvan: Türk siyasetinde Kadin: Cok oluyoruz! In: Usak raporlari. Vol.11, No. 5. 2011. S. 1-37

Blum, Roger: Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. In: Medienwissenschaft Schweiz. 2/2005. S. 5-11

Boomgaarden, Hajo G. / Semetko, Holli A. : Reporting Germany's 2005 Bundestag Election campaign: Was gender an issue? In: The International Journal of Press / Politics. Vol. 12, No. 4, 2007

Bystrom, Dianne G./ Banwert, Christine/ Robertson, A. Terry: Framing the fight: An analysis of the media coverage of the female and male candidates in primary and US Senat in 2000. In: American behavorial scientist. Vol. 44, No. 12: 1999-2013

Dan, Viorela/ Iorgoveanu, Aurora: Still on the beaten path: How gender impacted the coverage of male and female Romanian candidates for European Office. In: The International Journal of Press/ Politics. Vol. 18, No, 2. 2013. S.208.233

Holtz-Bacha, Christina : Politikerinnen Bilder im internationalen Vergleich. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Frauen Politik und Medien. 7. Dezember 2009. 50/2009. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. S. 3-8

Kahn, Kim Fridkin/ Goldenberg, Edie N.: Women candidates in the news: An examination of gender differences in U.S senate campaign coverage. In: The public opinion quarterly. Vol. 55, No. 2, Summer 1991. S. 180-199

Kahn, Kim Fridkin: Does being male help? An investigation of the effects of candidates gender and campaign coverage on evaluation of U.S senate candidates. In: The Journal of Politics. Vol. 54. No. 2, Mai 1992. Arizona

Kahn, Kim Fridkin: Gender differences in campaign messages: The political advertisements of men and women candidates for U.S senate. In: Political research quarterly. Vol. 42: S. 481-502. 1993

Kahn, Kim Fridkin: The distorded mirror: Press coverage of women candidates for statewide office. In: Journal of politics. Vol. 56: 154-173. 1664

Kara, Eylem Sentürk: Almanya'da bulvar gazetiligi ve Hürriyet gazetesinin konumu. In: Inönü Üniversitesi Iletisim Fakültesi Eloktronik Dergisi. Vol. 1, No 1. May 2016

Lachover, Einat: Signs of change in media representation of women in Israeli politics: leading and peripheral women contenders. In: Journalism. 2015

Larson, Stephanie Greco: American women and politics in the media: A review essay. IN: Political science and politics. Vol. 34, No. 2. Jänner. 227-230.

Matland, Richard E. / Tezcür, Murat Günes: Women s candidates: An experimental study in Türkey. In: Politics & Gender. 2011. S. 365-390

Mencutek, Zeynep Sahin: Strong in the movement, strong in the party: Womens representation in the Kurdish party of Turkey. 2015. In: Political Studies

Meyer, Birgit: „Nachts, wenn der Generalsekretär weint"- Politikerinnen in der Presse. In Aus Politik und Zeitgeschichte. Frauen Politik und Medien. 7. Dezember 2009. 50/2009. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. S.9-15

Pallaver, Günther: Die Verbannung aus dem TV-Eden. Frauen in den Nachrichtensendungen des ORF. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 29 2000, 2, S. 219-236

Schatz, Heribert/Schulz, Winfried : Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, Nummer 11. 1992 S. 690-712

Trimble, Linda: Gender, political leadership and media visibility: "Globe and Mail" coverage of conservative party of Canada leadership contests. In: Canadian Journal of Political Science. Vol. 40, No. 4, Dez 2007. S. 969-993

Washburn, Philo C./ Washburgn, Mara H. : Media coverage of women in politics: The curious case of Sarah Palin. In: Media culture and society. 33(7). S. 1027-1041

Internetquellen

Alexa.com: How popular is hurriyet.com.tr ? http://www.alexa.com/siteinfo/hurriyet.com.tr. 21.09.2016. [Zugriff 23.09.16]

Asilbay, Halil: Parlamenter Sistem ve Türkiye acisindan bir degerlendirme. In: TBB Dergisi. http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2013-104-1250. 2013 2013. [Zugriff 12.08.16]

Austrian National Election Study: Data Report zur Medienanalyse Nationalratswahl 2008. http://autnes.at/files/2008/mediaside/autnes_media_2008_ma_datareport_ger_e1.pdf
März 2012. [Zugriff 12.08.16]

BKA: Medien in Österreich. https://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=57669 2014 [Zugriff 13.08.16]

BPB: Das Politische System der Türkei. http://www.bpb.de/internationales/europa/tuerkei/184968/das-politische-system-der-tuerkei. 11.08.2014. [Zugriff 13.08.16]

Branahl, Udo/ Donges, Patrick: Warum Medien wichtig sind: Funktionen in der Demokratie. http://www.bpb.de/izpb/7492/warum-medien-wichtig-sind-funktionen-in-der-demokratie?p=all. 5.07.16 [Zugriff 12.08.16]

Bratner, Cornelia/ Lojka, Klaus/ Wippersberg, Julia: Themenangebot und journalistische Thematisierungsleistung in Online- Medien- ein Vergleich von orf.at mit ausgewählten Online- Angeboten. http://mediaresearch.orf.at/c_internet/Studie_ORF.at_2009.pdf. 2009. [Zugriff 13.08.16]

Byegm: Bir bakista türk medyasi. http://www.byegm.gov.tr/uploads/docs/Bir_Bakista_Turk_Medyasi_TR.pdf. 2013. [13.08.16]

Cadir, Mustafa: Kadinin siyasal yasama katiliminda siyasi parti Kadin kollari rolü.http://kadininstatusu.aile.gov.tr/data/542a8e86369dc31550b3ac33/mustafa_cadir_tez.pdf 2011. [Zugriff 13.08.16]

Comscore.com: Knapp 50 Prozent der Internetnutzer in Europa nutzen Zeitungs-Websiten. http://www.comscore.com/ger/Insights/Pressemitteilung/2012/1/Nearly-50-Percent-of-Internet-Users-in-Europe-Visit-Newspaper-Sites. Januar 2012. [Zugriff 13.08.16]

Deniz, Sadiye: Türkiye'de yazili basinda kadinlarin siyasal temsili: 03 kasim 2002 ve 22 temmuz 2007 genel secimleri. http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/04_sadiye_deniz.pdf 2012. [Zugriff 13.08.16]

DerStandard.at: Blattlinie. http://derstandard.at/2000008949975/Blattlinie-standard 03.13.2014 [Zugriff 13.08.16]

DerStandard.at: Österreichs größte Medienhäuser 2015- die Standard - Übersicht.http://derstandard.at/2000018063748/Oesterreichs-groesste-Medienhaeuser-2015-die-STANDARD-Uebersicht 15.07.2015. [Zugriff 13.08.16]

Frauen Stadt Wien: Bild. Macht. Sexismus in der Werbung. Analysen und Strategien.https://www.wien.gv.at/menschen/frauen/stichwort/kunst-kultur/frauen-wissen/pdf/frauen-wissen-wien4.pdf 12/2015 [Zugriff 18.08.16]

Gallagher, Margaret : GMMP Global Report http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf 2015 [Zugriff 05.08.16]

GMMP Austria: National Report. http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Austria.pdf. 2015 [Zugriff 13.08.16]

GMMP: Global Report http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf. 2015 [Zugriff 13.08.16

GMMP Turkey: National Report..http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Turkey.pdf 2010 [Zugriff 13.08.16]

IAB Turkey: Top 20 listesi. http://www.iabturkiye.org/top20 03.06.15 [Zugriff 13.08.16]

IPU: Woman in national parliaments. http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm. 01.06.2016 [Zugriff 09.07.16]

IPU: Woman in parliament in 2015 http://www.ipu.org/pdf/publications/WIP2015-e.pdf. 2015 [Zugriff 09.07.16]

Konda: Siyasette kadin temsili arastirmasi.http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/11/2011_04_KONDA_Siyasette_Kadin_Temsili_Raporu.pdf 2011 [Zugriff 16.08.16]

Kurier: Offenlegung. http://kurier.at/wirtschaft/offenlegung-gem-25-medieng-kurier/791.727 2012 2012. [Zugriff 17.08.16]

Lünenborg, Margrit/ Berghofer, Simon: Politikjournalisten und – Journalistinnen . Aktuelle Befunde zu Merkmalen und Einstellungen vor dem Hintergrund ökonomischer und technologischer Wandlungsprozesse im deutschen Journalismus. https://www.dfjv.de/documents/10180/178294/DFJV_Studie_Politikjournalistinnen_und_Journalisten.pdf. 2010 [Zugriff 21.08.16]

McQuail, Denis: Media roles in society. In: Researching media, Democracy and participation. The intellectual work of the 2006 European media and communication summer school. http://www.researchingcommunication.eu/reco_book1.pdf 2006 [Zugriff 28.08.16]

Media Analyse: MA 2015 Presse. http://www.media-analyse.at/table/2613 [Zugriff 21.09.16]

Medyatava.com: Tiraj tablosu. http://www.medyatava.com/tiraj August 2016 [Zugriff 16.08.16]

Meinungsraum.at: Manstein Medientage digitale Welt http://meinungsraum.at/downloads/MR_Manstein_Medientage_082014.pdf Juli 2014
[Zugriff 16.08.16]

Parlament.gv (a): Frauenanteil im Nationalrat. https://www.parlament.gv.at/SERV/STAT/PERSSTAT/FRAUENANTEIL/entwicklung_frauenanteil_NR.shtml 29.10.2013 [Zugriff 21.09.16]

Parlament.gv (b): Nationalrat aktuell. https://www.parlament.gv.at/WWER/NR/AKT/ 16.09.16 [Zugriff 21.09.16]

Paseka, Angelika: Über die (Nicht-)Darstellung von Frauen in den Medien – einige Gedankensplitter. **http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/51_Paseka_Darstellung.pdf** März 2005 [Zugriff 21.09.16]

Statista.com:http://de.statista.com/statistik/daten/studie/298285/umfrage/internetnutzung-in-oesterreich-nach-verwendungszweck/ 2016 [Zugriff 29.08.16]

Statistik Austria :Neueste Daten zum Stand der Onliner und Offliner. https://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=49806 13.12.2012 [Zugriff 29.08.16]

T.C Basbakanlik Kadinin Statüsü Genel Müdürlü: Kadin ve Medya. http://kadininstatusu.aile.gov.tr/data/542a8e0b369dc31550b3ac30/media.pdf 2008. [Zugriff 16.08.16]

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi Milletvekilleri Dağılımı https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.dagilim 2015 [Zugriff 10.08.16]

The Global Gender Gap Report 2015 http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf 2015 [Zugriff 22.09.16]
TRT: http://trtsecim.com/#/?ilKodu=TR-99 02.11.2015 [Zugriff 10.08.16]

Wien.gv: Regionalwahlen- Wiener Wahlergebnisse. https://www.wien.gv.at/statistik/wahlen/regional/index.html [Zugriff 29.08.16]

World Values Survey: Findings and insights 1981-2015. http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp [Zugriff 22.09.16]

Qualifizierungsarbeiten

Schweigl, Veronika: Stereotypisierung in Boulevard- und Qualitätsmedien. Die mediale Repräsentation von raceund gender im US-Vorwahlkampf zwischen Hillary Clinton und Barack Obama am Beispiel der Berichterstattung der „Neuen Kronen Zeitung“ und des „Standards“ . Publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Diplomarbeit an der Universität Wien. 2009.

ANHANG

Codebuch

Analysezeitraum Österreich: 13.09.15- 11.10.2015
Analysezeitraum Türkei: 04.10.15-01.11.2015

Analyseeinheit: alle redaktionellen Beiträge, exklusive bezahlte Einschaltungen

Auswahleinheit (Kriterien): Namen von relevanten Parteien (siehe Codebuch) und mindestens einem politischem Akteur

Kategorie	**Ausprägung**	**Wert**	**Beschreibung**
Medium	DerStandard.at	1	Österreichische Qualitätszeitung
	Kurier.at	2	Österreichische Boulevardzeitung
	Milliyet.com.tr	3	Türkische Qualitätszeitung
	Hurriyet.com.tr	4	Türkische Boulevardzeitung
Datum	tt.mm.jj	Als Datumsvariable codieren	
Beitragsnummer		Laufende NR. des codierten Beitrags	
Länge		Anzahl der Wörter	Gesamtlänge des Beitrags in Wörtern
Ressort	sonstiges	0	
	Politik	1	Das im Medium ausgewiesene Ressort

	Wirtschaft	2	
	Kultur/Sport	3	
	Wissenschaft	4	
	Gesundheit	5	
	Celebrities /Gesellschaft	6	
	Meinung	7	
Art des Beitrags (vgl. Wolff, 2006: 120ff.; Mast, 2998:259ff)	Nachricht/ Meldung	1	Aktuelle Themen die kurz, nicht kommentiert und objektiv dargestellt werden.
	Bericht	2	Kennzeichnend für den Bericht ist die Länge da Hintergrundinformationen Beinhaltet Hintergrundinformation bzw. die Vorgeschichte geschildert wird und beinhaltet meistens wörtliche Zitate.
	Reportage	3	Persönlich gefärbt, tatsachenbetont und informativ.
	Portrait	4	Journalistische Auseinandersetzung mit einer Person oder bestimmten Gruppe von Personen.
	Interview	5	Im Text wiedergegebenes Gespräch nach dem Frage-Antwort- Prinzip.
	Kommentar	6	Ereignisse werden wiedergegeben und bewertet indem der/die Journalist/in Stellung einnimmt. Der

			Kommentar ist eine meinungsäußernde Darstellungsform.
	Kolumne	7	Meinungsbeitrag eines Publizisten welche regelmäßig erscheint. Inhaltlich kann alles aufgegriffen werden, was der Autor kritisch unterziehen will.
	Sonstiges	0	Alle anderen Darstellungsformen, die oben nicht eingeordnet werden konnten.
Geschlecht Verfasser	unbekannt	0	
	weiblich	1	
	männlich	2	
	Männlich und weibliche	3	
Bild vorhanden (allgemein)	Kein Bild		Ist in der Berichterstattung ein Bild vorhanden auf dem ein politischer Akteur zu sehen ist?
	Frau	1	Eine Politikerin ist alleine abgebildet
	Mann	2	Ein Politiker ist alleine abgebildet
	Mann und Frau	3	Politiker und Politikerin sind abgebildet
Bild vorhanden (allgemein)	Männer	4	Mindestens zwei Politiker sind abgebildet
	Frauen	5	Mindestens zwei Politikerinnen

			sind abgebildet
	Männer und Frauen	6	Mindestens 2 Politiker und 2 Politikerinnen sind abgebildet
	Männer und Frau	6	Eine Politikerin, mehrere Politiker sind abgebildet
Bild von Einzelperson			Die Bewertung des Bildes einer Einzelperson wird unter Berücksichtigung von Gesichtsausdrücken, Hintergründen und Perspektiven vorgenommen
	positiv	1	KandidatIn lächelt, selbstbewusster Blick auch mit theatralischem Hintergrund
	neutral	2	Simpler Gesichtsausdruck des politischen Aktuers mit minimalistischem Hintergrund.
	negativ	3	KandidatIn hat einen beängstigten, verwirrten oder bösen Gesichtsausdruck, abgelichtet in einer ungünstigen physischen Stellung.
Direktes Zitat	Frau	1	Eine wörtliche Wiedergabe
	Mann	2	
	beide	**3**	
	Kein Zitat	**0**	
Hauptthema des Beitrags (jenes Thema, das den inhaltlichen	Wahl/ Wahlkampf	1	z.B Umfrageergebnisse, Wahlkampfauftritt, Wahlgang von PolitikerIn

Schwerpunkt ausmacht)			
	„Hartes Thema“	2	Wirtschaft, Steuern, Außenpolitik, Innenpolitik, Militär, Sicherheit
	„Weiches Thema“	3	Soziales, Gesundheit, Familie, Erziehung
	Hartes und Weiches Thema	4	Wirtschaft, Steuern, Außenpolitik, Innenpolitik, Militär, Sicherheit, Soziales, Gesundheit, Familie, Erziehung
	Kein Politikbezug	0	
Wie viele Politikerinnen kommen vor?	P		Anzahl der weiblichen politischen Akteure, die in der Berichterstattung genannt werden.
Wie viele Politiker kommen vor?			Anzahl der männlichen politischen Akteure, die in der Berichterstattung genannt werden.
Häufigkeit Nennung von Politikerin			Anzahl der Nennung
Häufigkeit Nennung von Politikerin	Mann		Anzahl der Nennung
Wer wird als erstes genannt?	Frau	1	Nennung von PolitikerIn als erstes in der Überschrift oder im Artikel
	Mann	2	
	keiner	0	Wenn nur Partei genannt wird-

			ist das nötig?
HauptakteurIn	Frau	1	Mehr als die Hälfte des Beitrags bezieht sich auf Politikerin. Beobachtung von Relevanz der Personen und Häufigkeit der Nennungen, Bild und Zitat
	Mann	2	
	beide	3	
HauptakteurIn	Name	EINGABE NACHNAME	
Parteizugehörigkeit	0	Andere österr. Partei	Parteizugehörigkeit des Hauptakteurs
Parteizugehörigkeit	SPÖ	1	Sozialdemokratische Partei Österreichs
	FPÖ	2	Freiheitliche Partei Österreichs
	Grüne	3	
	ÖVP	4	
	NEOS	5	
	AKP	6	
	CHP	7	
	HDP	8	
	MHP	9	
Anrede Politikerin Vorname			Anzahl der Anrede mit dem bloßen Vornamen
Anrede Politikerin Nachname			Anzahl der Anrede mit dem Nachnamen
Anrede Politikerin Vor-und Nachname			Anzahl der Anrede

Anrede Politikerin Funktion			Anzahl der Anrede nur Funkion
Anrede Politikerin Funktion& Name			Anzahl der Anrede mit dem bloßen Vornamen
Anrede Politikerin Geschlecht			(Anzahl der Anrede)z.B Frau Vassilakou
Anrede Politikerin Titel			Anrede Titel oder Titel mit Namen, z.B Dr. XY
Anrede Politiker Vorname			Anzahl der Anrede mit dem bloßen Vornamen
Anrede Politiker Nachname			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Vor-und Nachname			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Funktion			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Funktion& Name			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Geschlecht			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Titel			Anzahl der Anrede
Anrede Politiker Spitzname			Anzahl der Anrede
Nennung Herkunft Politikerin	ja	1	z.B Nationalität, familiäre Hiintergründe, ethnische Zugehörigkeit
	nein	2	
Nennung Herkunft Politikerin	ja	1	
	nein	2	
Nennung Partner	ja	1	

Politikerin			
	nein	2	
Nennung Partner Politiker	ja	1	
	nein	2	
Nennung Familienmitglieder Politikerin	ja	1	Ausgeschlossen Partner, z.B Eltern, Kinder
	nein	2	
Erwähnung Familienmitglieder des Politikers	ja	1	Eltern, Kinder, Geschwister
	nein	2	
Erwähnung Alter der Politikerin	ja	1	
	nein	2	
Erwähnung Alter des Politikers	ja	1	
	nein	2	
Erwähnung Ausbildung der Politikerin	ja	1	Universität, schulische Ausbildung
	nein	2	
Nennung des äußeren Erscheinungsbildes Politikerin	Wird dargestellt	1	Kleidung, Frisur, Gewicht, Makeup
	Wird nicht dargestellt	2	
Nennung des äußeren	Wird dargestellt	1	Kleidung, Frisur, Gewicht, Makeup

Erscheinungsbildes Politiker			
	Wird nicht dargestellt	2	
Darstellung Politikerin (Einteilung anhand der Attributliste nach Kinnebrock)	positiv	3	Stärke, Unabhängig, Moralisch gut, Aktivität, Führungskompetenz, Charme/ Sympathie
	neutral	2	Rationalität, Kühle, Weichheit,
	negativ	0	Schwäche, Irrationalität, Abhängig Moralisch schlecht, Passivität, Führungsdefizit, Härte, Antipathie/ Uncharmant
Darstellung Politiker (Einteilung anhand der Attributliste nach Kinnebrock)	positiv	3	Stärke, Unabhängig, Moralisch gut, Aktivität, Führungskompetenz, Charme/ Sympathie
Gesamtdarstellung Frau	neutral	2	Rationalität, Kühle, Weichheit,
	negativ	0	Schwäche, Irrationalität, Abhängig Moralisch schlecht, Passivität, Führungsdefizit, Härte, Antipathie/ Uncharmant

Untersuchungsmaterial

DerStandard.at

FPÖ will laut Plakat "niemanden ausgrenzen" In: derstandard.at
http://derstandard.at/2000022194973/FPOe-will-laut-Plakat-niemanden-ausgrenzen 14.09.2015

Neos stellen 174 Kandidaten für Wien-Wahl auf. In: derstandard.at
http://derstandard.at/2000022199567/Neos-stellen-174-Kandidaten-fuer-Wien-Wahl-auf
14.09.2015

Oswald, Günther/ Weissensteiner, Nina: Regierung stößt an ihre Grenzen.
http://derstandard.at/2000022212436/Regierung-stoesst-an-ihre-Grenzen. 14.09.2015

Landl, Margot: Mut zur Lücke. http://derstandard.at/2000022253617/Mut-zur-Luecke 15.09.2015

Du Opfer, gib Stimme. http://derstandard.at/2000022233577/Du-Opfa-gib-Stimme 15.09.2015

ÖVP-Chef Juraczka im Chat: "Von Stenzel bin ich menschlich enttäuscht"
https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000021989534/wien-oevp-chef-juraczka-im-chat-von-stenzel-bin-ich-menschlich-enttaeuscht. 15.09.2015

Chat mit Beate Meinl-Reisinger: "Margaret Thatcher hat Eier gezeigt"
https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000021999082/chat-mit-beate-meinl-reisinger 17.09.2015

Sperl, Gehrfried: Der Stacheldraht als Wahlplakat. http://derstandard.at/2000022494540/Der-Stacheldraht-als-Wahlplakat. 20.09.2015

Seidl, Conrad: Flüchtlingsthema katapultiert Strache auf Platz eins.
http://derstandard.at/2000022497300/Fluechtlingsthema-katapultiert-Strache-auf-Platz-eins
20.09.2015

Frey, Eric: Höhenflug der FPÖ: Keine Panik im Bund.
http://derstandard.at/2000022500486/Keine-Panik-im-Bund 20.09.2015

Rauscher, Hans: Die scheinbare Unaufhaltsamkeit der FPÖ.
http://derstandard.at/2000022627606/Die-scheinbare-Unaufhaltsamkeit-der-FPOe 20.09.2015

Widtner, Victoria: SPÖ-Parlamentsklub: Nur Männer rücken nach.
http://derstandard.at/2000022620600/SPOe-Parlamentsklub-Nur-Maenner-ruecken-nach
23.09.2015

Landtags-Nachwehen in letztem Wiener Gemeinderat.
http://derstandard.at/2000022653427/Landtags-Nachwehen-in-letztem-Wiener-Gemeinderat
23.09.2015

Nimmervoll, Lisa: Mit Taferl und Mascherl zum Durchgriffsrecht.
http://derstandard.at/2000022684943/Mit-Taferln-und-Mascherln-zum-Durchgriffsrecht
23.09.2015

Scheuba, Florian: Fänger und Anfänger. http://derstandard.at/2000022687528/Faenger-und-Anfaenger. 23.09.2015

Krutzler, David: Häupl setzt vor Wien-Wahl auf Symbol Gemeindebau.
http://derstandard.at/2000022688728/Haeupl-setzt-vor-Wien-Wahl-auf-das-Symbol-Gemeindebau. 24.09.2015

Wien: SPÖ, FPÖ und Neos präsentieren Plakate fürs Wahlkampffinale http://derstandard.at/2000022727629/Wien-SPOe-FPOe-und-Neos-zeigten-Plakate-fuers-Wahlkampffinale. 24.09.2015

Grüne träumen von sieben Bezirkschefs. http://derstandard.at/2000022753173/Gruene-traeumen-von-sieben-Bezirkschefs. 24.09.2015

Schüller, Rainer/ Winkler- Hermaden, Rosa: FPÖ-Chef Strache kommt nur als Bürgermeister ins Wiener Rathaus. http://derstandard.at/2000022754881/FP-Strache-kommt-nur-als-Buergermeister-ins-Wiener-Rathaus 25.09.2015

Wohnbauoffensive der FPÖ würde teuer werden. http://derstandard.at/2000022815318/Wohnbauoffensive-der-FPOe-wuerde-teuer-werden. 25.09.2015

Schilly, Julia: Wien-Wahlkampf: In Warnwesten für Autofahrerrechte. http://derstandard.at/2000022608133/Spitzenkandidaten-beim-Wahlkampf-In-Warnwesten-fuer-die-Rechte-der-Autofahrer. 26.09.2015

Stuiber, Petra: Auf viel zu leisen Sohlen. http://derstandard.at/2000022863315/Frauenpolitik-Auf-viel-zu-leisen-Sohlen. 27.09.2015

Krutzler, David: Für SPÖ geht es am 11. Oktober in Wien „um alles". http://derstandard.at/2000022867370/Nach-OOe-Wahl-Fuer-SPOe-geht-es-am-11-Oktober. 27.09.2015

Fellner, Sebastian: „Klartext": Viel Zeit und ein Zaubertisch für Strache. http://derstandard.at/2000022917295/KlartextViel-Zeit-und-ein-Zaubertisch-fuer-Strache. 28.09.2015

Völker, Michael: Der Glanz eines HC Strache. http://derstandard.at/2000022921826/Der-Glanz-eines-H-C-Strache. 28.09.2015

Winkler- Hermaden; Rosa: Im vollen Spendenlager mit „Frau Sasilakou". http://derstandard.at/2000022916775/Im-vollen-Spendenlager-mit-Frau-Sasilaku. 29.09.2015

Krutzler,David: Rot-blaues Duell in Wien nützt Häupl und Strache. http://derstandard.at/2000022922441/Rot-blaues-Duell-in-Wien-nuetzt-Haeupl-und-Strache. 29.09.2015

FPÖ kämpft in Wien um SPÖ Flächenbezirke. http://derstandard.at/2000022933373/FPOe-kaempft-in-Wien-um-SPOe-Flaechenbezirke. 29.09.2015

Rauscher, Hans: Wenn und falls es einen FP- Kanzler gibt. http://derstandard.at/2000022977845/Wenn-und-falls-es-einen-FP-Kanzler-gibt. 29.09.2015

Kroisleitner, Oona: „Den Strache, den brauchen wir hier nicht." http://derstandard.at/2000022967076/Den-Strache-den-brauchen-wir-hier-nicht. 30.09.15

Stuiber, Petra: Grüne Zurückhaltung im Wiener Wahlkampf. http://derstandard.at/2000022979869/Gruene-Zurueckhaltung-im-Wiener-Wahlkampf. 30.09.2015

Kroisleitner, Ooan/ Winkler-Hermaden, Rosa: Häupl im Chat: "Wien wird mit Zahl an Asylanten leicht fertigwerden" - https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000022714813/mittwoch-11-30-uhr-chat-mit-buergermeister-michael-haeupl. 30.09.2015

Rauscher, Hans: Im Titanenkampf. http://derstandard.at/2000023038301/Im-Titanenkampf. 30.09.2015

Jenny, Bernhard: Straches Spiel mit dem Changiereffekt.
http://derstandard.at/2000023036551/Straches-Spiel-mit-dem-Changiereffekt. 30.09.2015

John, Gerald: Leere Drohungen des Vizekanzlers. http://derstandard.at/2000023098994/Leere-Drohungen-des-Vizekanzlers. 01.10.2015

Pumberger, Sebastian: Die schicksalhafte Verzweiflung eines Vizekanzlers.
http://derstandard.at/2000023056191/Die-schicksalshafte-Verzweiflung-eines-Vizekanzlers
01.10.2015

Winkler-Hermaden, Rosa: Wien Wahl: Angst essen (rote) Wählerstimmen auf.
http://derstandard.at/2000023093550/Wien-Wahl-Angst-essen-rote-Waehlerstimmen-auf.
01.10.2015

Ablinger ist bei SPÖ- Rebellen nicht dabei. http://derstandard.at/2000023115797/Ablinger-ist-bei-SPOe-Rebellen-nicht-dabei. 02.10.2015

Seidl, Conrad: Wien Wahl: SPÖ und FPÖ beinahe gleichauf.
http://derstandard.at/2000023137085/Wien-Wahl-FPOe-und-SPOe-beinahe-gleichauf.
02.10.2015
Mittlerlehner ringt mit seiner Mannschaft um den Kurs.
http://derstandard.at/2000023146879/Schlechte-Laune-in-der-OeVP. 02.10.2015

Minkin, Christa: Wien- Wahl: Pfeifkonzert, Bodyguards und Häupl-Witze.
http://derstandard.at/2000023151934/Wien-Wahl-Pfeifkonzert-Bodyguards-und-Haeupl-Witze.
03.10.2015

Kroisleitner, Oona: Diskussion zur Wien-Wahl: politische Zwerge, Integration und Öffis.
http://derstandard.at/2000023262809/Spitzenkandidaten-Politische-Zwerger-Integration-Oeffis.
05.10.2015

Tosic, Ljubisa: Diskussion zur Wien-Wahl auf ORF und Puls4: Halbkreis der Erregung.
http://derstandard.at/2000023262598/Diskussion-zur-Wien-Wahl-auf-ORF-und-Puls-4-Halbkreis.
05.10.2015

Kroisleitner, Jutta: Beate Meinl-Reisinger, Wiener Neos- Chefin.
http://derstandard.at/2000023245588/Beate-Meinl-Reisinger-Wiener-Neos-Chefin. 06.10.2015

Hofer, Thomas: Das strachiozentrische Weltbild. http://derstandard.at/2000023307007/Das-strachiozentrische-Weltbild. 06.10.2015
Kogelnik, Lisa: Pinker Stimmenfang im Wiener Keilerviertel.
http://derstandard.at/2000023250028/Pinker-Stimmenfang-im-Keilerviertel. 06.10.2015

Wiener Parteien werben mit Migranten um Migranten.
http://derstandard.at/2000023275800/Wien-Wahl-Parteien-werben-mit-Migranten-um-Migranten.
06.10.2015

Heinisch-Hossek: Ja, Bildungssystem ist verbesserungswürdig.
http://derstandard.at/2000023284618/Gruene-richten-50-Fragen-an-Bildungsministerin.
06.10.2015

Kogelnik, Lisa: Mannerschnitten statt Gesamschule.
http://derstandard.at/2000023298449/Schulreform-Mannerschnitten-statt-Gesamtschule.
06.10.2015

Nimmervoll, Lisa: Wie das Schulbudget zur Überlebensfrage der Koalition werden könnte.
http://derstandard.at/2000023365555/Wie-das-Schulbudget-zur-Ueberlebensfrage-der-Koalition-werden-koennte. 08.10.2015

Kroisletiner, Oona: Ein Blumenstrauß für die Maggie Thatcher. http://derstandard.at/2000023443978/FPOe-Wahlkampffinale-Ein-Blumenstrauss-fuer-die-Maggie-Thatcher-von-Wien. 8.10.2015

Kogelnik, Lisa/ Krutzler, David: Häupl zitiert MerkelL Wir schaffen das. http://derstandard.at/2000023471168/Wahlkampffinale-Gruenes-Feuer-Pinke-Neugier. 09.10.2015

Förderl-Schmied, Alexandra: Häupls taktischer Erfolg. http://derstandard.at/2000023545217/Haeupls-taktischer-Erfolg. 11.10.2015
Simona, Michael: Michael Häupl: Zum fünften Mal oberster Rathausmann. http://derstandard.at/2000023554179/Zum-fuenften-Mal-oberster-Rathausmann. 11.10.2015

Winkler-Hermaden: Grünes Wahlergebnis: Ungeschickte Ansage. http://derstandard.at/2000023560967/Gruenes-Wahlergebnis-Ungeschickte-Ansage. 11.10.2015

Günther, Oswald: Für 69% der FPÖ Wähler war Asylthemen wichtig. http://derstandard.at/2000023543866/Wahlmotive-Fuer-69-Prozent-der-FPOe-Waehler-war-Asylthema-wichtig. 11.10.2015

Eyged, Marie- Teres: Neos schaffen Einzug: Pinkes Aufatmen. http://derstandard.at/2000023560580/Neos-Schaffen-Einzug-Pinkes-Aufatmen. 11.10.2015

Kurier.at

Kittner, Daniela: Landtagswahlen: Grüne zwischen allen Stühlen. http://kurier.at/politik/inland/landtagswahlen-gruene-zwischen-allen-stuehlen/152.327.533. 13.09.2015

Ichner, Bernhard: Die Donaustadt wartet auf Verkehrsentlastung. http://kurier.at/chronik/wien/die-donaustadt-wartet-auf-verkehrsentlastung/152.615.627. 14.09.2015

FPÖ will „niemanden ausgrenzen" per Plakat. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/fpoe-will-niemanden-ausgrenzen-per-plakat/152.644.182 14.09.2015

Bauer, Anna- Maria: Liesing: Mehr S-Bahnen ab Sommer 2016. http://kurier.at/chronik/wien/liesing-mehr-s-bahnen-ab-sommer-2016/152.700.132. 14.09.2015

Schett, Stefan: Kandidat wirbt mit „Du Opfa, gib Stimme." http://kurier.at/special/challenge/kandidat-wirbt-mit-du-opfa-gib-stimme/152.864.808. 15.09.15

Metzger, Ida: Horburg- Wahl: Stenzel for President? http://kurier.at/politik/inland/hofburg-wahl-stenzel-for-president/152.932.341 16.09.2015

Sailer, Stefan: Gerasdorf wehrt sich gegen Pläne. http://kurier.at/chronik/niederoesterreich/bezirksreform-gerasdorf-wehrt-sich-gegen-plaene/153.104.578 17.09.2015

Orovits, Thomas: Wohnungen: Neues Darlehen für Singles. http://kurier.at/chronik/wien/wohnungen-neues-darlehen-fuer-singles/153.333.797 17.09.2015

Lehner, Stefanie: Die Wahlkampf- Fails der Woche. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-wahlkampf-fails-der-woche/153.303.561 17.09.2015

Metzger, Ida: Raidl: „Kann meinen Sohn leider nicht wählen". http://kurier.at/politik/inland/raidl-kann-meinen-sohn-leider-nicht-waehlen/153.337.528. 18.09.2015

„Fünfhaus, du Opfa, gib Stimme!". http://kurier.at/politik/inland/zitate-der-woche-fuenfhaus-du-opfa-gib-stimme/153.481.162/slideshow. 19.09.2015

Hager, Johanna: Grüne Ikone liebäugelt mit Hofburg. http://kurier.at/politik/inland/gruene-ikone-liebaeugelt-mit-hofburg/153.533.852. 19.09.2015

Jeder dritte würde derzeit FPÖ wählen. http://kurier.at/politik/inland/jeder-dritte-wuerde-derzeit-fpoe-waehlen/153.652.516 19.09.2015

Natmessning, Elias/ Gebhard, Josef: Kampf um die Nummer 1 im Gemeindebau. http://kurier.at/politik/wahl/kampf-um-die-nummer-1-im-gemeindebau/153.695.835. 19.09.2015

Zwei Hundeaugen im Abwehrkampf. http://kurier.at/politik/inland/landtagswahlen-zwei-haudegen-im-abwehrkampf/153.698.029 20.09.2015

Ertl, Josef: Mitterlehner und Stöger: Heimat lässt sie nicht los. http://kurier.at/politik/inland/ooe-wahl/oberoesterreich-wahl-mitterlehner-und-stoeger-laesst-die-heimat-nicht-los/153.855.010 21.09.2015

Gebhard, Josef: Grüne wittern in den SPÖ- Hochburgen Morgenluft. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/gruene-wittern-in-den-spoe-hochburgen-morgenluft/153.896.657 21.09.2015

Harte Worte bei Wiener Sonderlandtag. https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/harte-worte-zur-fluechtlingsthematik-bei-wiener-sonderlandtag/154.021.214. 21.09.2015

Rabl,Sissy/ Natmessning, Elias: „Unbegrenztes Bleiberecht für alle nicht durchführbar“. https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/unbegrenztes-bleiberecht-fuer-alle-nicht-durchfuehrbar/154.257.361 22.09.2015

ÖVP Wien richtet nun eine Flüchtiglingshotline ein. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/oevp-wien-richtet-nun-eine-fluechtlings-hotline-ein/154.407.831. 23.09.2015

Neue Plakat- Runde: FPÖ übt sich in Philosophie. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/neue-plakat-runde-zur-wien-wahl-fpoe-uebt-sich-in-philosophie/154.629.942 24.09.2015

Bauer, Anna- Maria / Ichner, Bernhard: Wahlkampf bei Bier und Brezn. http://kurier.at/chronik/wien/wahlkampf-bei-bier-und-brezn/154.669.332. 25.09.2015

Klatzer, Jürgen/ Klatner, Julia: Die Wahlkampf- Fails der Woche. http://kurier.at/politik/inland/wien-und-oberoesterreich-wahl-die-wahlkampf-fails-der-woche/154.614.898. 25.09.2015

Berger, Michael/ Klatzer, Jürgen: Das war der Tag der offenen Tür. https://kurier.at/chronik/wien/das-war-der-tag-der-offenen-tuer/154.780.736. 25.09.2015

Jäger, Michael/ Natmessing, Elias: Häupl: „Strache ist von Angst getrieben“. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/haeupl-strache-ist-von-angst-getrieben/155.045.577. 27.09.2015

Kittner, Daniel: Noch härter: Nach Oberösterreich ist vor Wien. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/haeupl-und-strache-nach-oberoesterreich-ist-vor-wien/155.450.916 28.10.2015

Kittner, Daniela: Nun kommt Entscheidungsschlacht zwischen Häupl und Strache. http://kurier.at/politik/inland/nun-kommt-entscheidungsschlacht-zwischen-haeupl-und-strache/155.287.285. 28.09.2015
Schrett, Stefan: Neos wollen Strache verhindern. http://kurier.at/special/challenge/neos-wollen-strache-verhindern/155.650.127. 29.09.2015

Al Serori, Leila: Wegen Haider bin ich in der Politik. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/spoe-jugendkandidat-marcus-gremel-im-interview-wegen-haider-bin-ich-in-der-politik/154.871.377. 01.10.2015

Gebhard, Josef: „Häupl bleibt Bürgermeister, Strache wird nichts.“ http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/haeupl-bleibt-buergermeister-strache-wird-nichts/156.051.915. 02.10.2015

Hacker-Walton, Philipp/ Christandl, Jürg: Die geteilte Stadt: Das G’spür der Wiener für rot und blau. http://kurier.at/politik/inland/die-geteilte-stadt-das-gspuer-der-wiener-fuer-rot-und-blau/156.407.455. 04.10.2015

Jäger, Michael/ Gebhard, Josef: Häupl gegen Strache: Die direkte Konfrontation. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/haeupl-gegen-strache-die-direkte-konfrontation/156.403.443 04.10.2015

Kurz „ Ich muss auch Dinge tun, die keine Freunde machen.“ http://kurier.at/politik/ausland/kurz-ich-muss-auch-dinge-tun-die-keine-freude-machen/156.422.008. 04.10.2015

Klatzer, Jürgen: GfW kritisiert ORF und arrogante Rathaus- Parteien. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/gfw-kritisiert-orf-und-arrogante-rathausparteien/156.560.327. 04.10.2015

Gaul, Bernhard: Häupl oder Strache: Wer hat die besseren Antworten? http://kurier.at/politik/inland/kurier-ogm-umfrage-haeupl-oder-strache-wer-hat-die-besseren-antworten/156.573.704. 05.10.2015

Thun-Hohenstein/ Johannes: Was soll ich wählen? Ein Gedankenanstoß. https://kurier.at/meinung/was-soll-ich-waehlen-ein-gedankenanstoss/156.164.549. 05.10.2015

Kern, Maria/ Natmessnig, Elias: Im großen TV Duell mischen die Kleinen mit. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/im-grossen-tv-duell-mischten-die-kleinen-mit/156.773.832. 05.10.2015

Gebhard, Josef: „Ich werde Sie wählen, meine Mama Stenzel. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/ich-werde-sie-waehlen-meine-mama-stenzel/156.906.717. 06.10.2015

Kittner, Daniela: Häupl bot ein Fernseh-Duell mit Strache an. https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/haeupl-bot-ein-fernseh-duell-mit-strache-an-aber-der-orf-lehnte-ab/156.979.900. 07.10.2015

Böhmer, Christian: Auf zwei Zigaretten mit Manfred Juraczka. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/wien-wahl-oevp-wahlkampfabschluss-dauerte-zehn-minuten/157.336.543. 08.10.2015

Gaul, Bernhard: Strache: „Wir werden es schaffen. Ich spüre es.“ https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/fpoe-strache-wir-werden-es-schaffen-ich-spuere-es/157.340.526. 08.10.2015

Jäger, Michael: Häupl: „ Es wird doch ein knappes Rennen.“ https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/spoe-wahlkampf-haeupl-es-wird-doch-ein-knappes-rennen/157.431.832, 09.10.2015

Pinkes Finale mit Bier, Popcorn und Zuckerwatte. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl-neos-begingen-wahlkampfabschluss-am-schwedenplatz/157.596.618. 09.10.2015

Böhmer, Christian: Schwarz, Grün und Pink gemeinsam gehen Rot und Blau. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/schwarz-gruen-und-pink-gemeinsam-gegen-rot-und-blau/157.616.214. 09.10.2015

Grüne wollen SPÖ „Feuer unterm Hintern machen“. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/wien-wahl-gruene-wollen-spoe-feuer-unterm-hintern-machen/157.562.915. 09.10.2015

Kittner, Daniela: Viktor-Adler-Markt: Letzter Häupl-Auftritt vor Wahl. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/viktor-adler-markt-letzter-haeupl-auftritt-vor-wahl/157.733.747. 10.11.2015

Hacker- Walton, Philipp: Facebook als „Drehscheibe“ der blauen Strategie. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/facebook-als-drehscheibe-der-blauen-strategie/157.585.117. 10.10.15

Kittner, Daniela: Nach der Wahl: Durchstarten mit Wechseln der Minister. http://kurier.at/politik/inland/nach-der-wahl-durchstarten-mit-wechseln-der-minister/157.775.181. 11.10.2015

Spitzenkandidaten bei der Stimmabgabe. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-spitzenkandidaten-bei-der-stimmabgabe/157.898.770/slideshow. 11.10.2015

Spitzenkandidaten bei der Stimmabgabe. https://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-spitzenkandidaten-bei-der-stimmabgabe/157.898.770/slideshow 11.10.2015

Spitzenkandidaten bei der Stimmabgabe. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-spitzenkandidaten-bei-der-stimmabgabe/157.898.770/slideshow. 11.10.2015

Spitzenkandidaten bei der Stimmabgabe. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-spitzenkandidaten-bei-der-stimmabgabe/157.898.770/slideshow. 11.10.2015

Spitzenkandidaten bei der Stimmabgabe. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/die-spitzenkandidaten-bei-der-stimmabgabe/157.898.770/slideshow. 11.10.2015

Böhmer, Christian: Wir müssen auf die Spaltung der Gesellschaft reagieren. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/spoe-wir-muessen-auf-die-spaltung-der-gesellschaft-reagieren/157.970.443. 11.10.2015

Gebhard, Josef/ Metzger, Ida: Wechselbad: Die blauen freuten sich zu früh. http://kurier.at/politik/inland/wien-wahl/wien-wahl-die-blauen-freuten-sich-zu-frueh/157.969.844. 11.10.2015

Brandstätter, Helmut: Wien Wahl: Wahlsieger FPÖ, SPÖ erstaunlich stark. https://kurier.at/meinung/kommentare/innenpolitik/wien-wahl-wahlsieger-fpoe-spoe-erstaunlich-stark/157.946.852. 11.10.2015

Milliyet.com.tr

Durukan, Namik: „HDP olmazsa bu gemi batar“. http://www.milliyet.com.tr/-hdp-olmazsa-bu-gemi-batar-/siyaset/detay/2126153/default.htm. 04.10.2015

Kilicdaroglu ilk mitingini Mersinde yapti. http://www.milliyet.com.tr/kilicdaroglu-ilk-mitingini/siyaset/detay/2126441/default.htm. 04.10.2015

Istanbul adaylari tanidildi. http://www.milliyet.com.tr/istanbul-adaylari-tanitildi/siyaset/detay/2126558/default.htm. 04.10.2015

Milli iradeyi en iyi CHP okudu. http://www.milliyet.com.tr/milli-iradeyi-en-iyi-chp-okudu/siyaset/detay/2126561/default.htm. 04.10.2015

Hosgör, Sebnem: Sartlida olsa koalisyona onay. http://www.milliyet.com.tr/sartli-da-olsa-koalisyona-onay/siyaset/detay/2126590/default.htm. 04.10.2015

Sardan, Tolga: Koalisyona kapi acik. http://www.milliyet.com.tr/koalisyona-kapi-acik/gundem/ydetay/2126595/default.htm. 04.10.2015

Kilicdaroglu: „Ozaman girme secime“. http://www.milliyet.com.tr/kilicdaroglu-ndan-mhp-ye-o-zaman/siyaset/detay/2126758/default.htm. 04.10.2015

Tezkan, Mehmet: AKP’ye Erdoganin ücüncü damgasi. http://www.milliyet.com.tr/akp-ye-erdogan-in-ucuncu-damgasi/gundem/ydetay/2126983/default.htm. 05.10.2015

Hayal tacirligi yapmiyoruz. http://www.milliyet.com.tr/hayal-tacirligi-yapmiyoruz/siyaset/detay/2126943/default.htm. 05.10.2015

Tafolar, Meric: Seni asla amacina ulastirmayacagiz. http://www.milliyet.com.tr/-seni-asla-amacina-/siyaset/detay/2126975/default.htm. 05.10.2015

Tafolar, Meric: “Türkiyeyi bu hale hangi parti getirdi?” http://www.milliyet.com.tr/-turkiye-yi-bu-hale-hangi-parti/siyaset/detay/2126977/default.htm. 05.10.2015

Ülkenin düsmani degiliz. http://www.milliyet.com.tr/ulkenin-dusmani-degiliz/siyaset/detay/2132118/default.htm. 05.10.2015

Secim bildirgemizin aynisini aldilar. http://www.milliyet.com.tr/-secim-bildirgemizin-aynisini/siyaset/detay/2127285/default.htm. 05.10.2015

El, Kivanc: Ilk miting Samsun’da. http://www.milliyet.com.tr/ilk-miting-samsun-da/siyaset/detay/2127551/default.htm. 05.10.2015

Ercan, Ersin: AKP’nin bildirgesi bizimkinden alinti. http://www.milliyet.com.tr/-akp-nin-bildirgesi-bizimkinden/siyaset/detay/2127556/default.htm 06.10.2015

Sağlar ‘Hırisi’ pişirip ikram etti. http://www.milliyet.com.tr/saglar-hirisi-pisirip-ikram-etti/siyaset/detay/2127557/default.htm 06.10.2015

Kaynagini sormayiz. http://www.milliyet.com.tr/-kaynagini-sormayiz-/siyaset/detay/2127558/default.htm 06.10.2015

Tezkan, Mehmet: AKP- MHP evligi yolda. http://www.milliyet.com.tr/akp-mhp-evliligi-yolda/gundem/ydetay/2127493/default.htm. 06.10.2015

CHP de MHP de hükümetten kacti. http://www.milliyet.com.tr/chp-de-mhp-de-hukumetten-kacti/siyaset/detay/2128040/default.htm. 07.10.2015

Hepiniz ordaydiniz, hepiniz suclusunuz. http://www.milliyet.com.tr/-hepiniz-oradaydiniz-hepiniz/siyaset/detay/2128071/default.htm. 07.10.2015

Siyasetin twitter fenomenleri. http://www.milliyet.com.tr/siyasetin-twitter-fenomenleri/siyaset/detay/2128782/default.htm. 08.10.2015

Kilicdaroglu ilce turu yapacak. http://www.milliyet.com.tr/kilicdaroglu-ilce-turu-yapacak/siyaset/detay/2128904/default.htm. 08.10.2015

„400 milletvekili vermiyor millet kardesim“ http://www.milliyet.com.tr/-400-milletvekili-vermiyor-millet/siyaset/detay/2129018/default.htm. 08.10.2015

Kacaklara dava adamini ayirin. http://www.milliyet.com.tr/kacaklarla-dava-adamini-ayirin/siyaset/detay/2129184/default.htm. 09.10.2015

Yalcin, Seray: Istanbulda en sessiz secim. http://www.milliyet.com.tr/istanbul-da-en-sessiz-secim-gundem-2129693/. 10.10.15

Tafolar, Meric: Seronun keyfi yerinde. http://www.milliyet.com.tr/sero-nun-keyfi-yerinde/siyaset/detay/2129680/default.htm. 10.10.2015

Kılıçdaroğlu kabul etti, Bahçeli ‘hayır’ dedi. http://www.milliyet.com.tr/kilicdaroglu-kabul-etti-bahceli/siyaset/detay/2130110/default.htm. 11.10.2015

Halkimiz secim degil gecim hükümeti istiyor. http://www.milliyet.com.tr/-halkimiz-secim-degil-gecim/siyaset/detay/2131194/default.htm 13.10.2015

AKP’nin oyununun figürani degiliz. http://www.milliyet.com.tr/akp-nin-oyununun-figurani-degiliz/siyaset/detay/2133272/default.htm. 17.10.2015

Erdogan 12’inci kez muhtarlarla bulustu. http://www.milliyet.com.tr/erdogan-muhtarlarla-bulustu/siyaset/detay/2134388/default.htm. 19.10.2015

Tafolar, Meric: Ekonomide felsefi degisime gidecegiz. http://www.milliyet.com.tr/ekonomide-felsefi-degisime-gundem-2135807/. 22.10.2015

Canli bombalarin hedefindeyim. http://www.milliyet.com.tr/canli-bombalarin-hedefindeyim/siyaset/detay/2136400/default.htm. 23.10.2015

Kaya, Arzu/ Tiftikci, Idris: Binlerce cinayet zorla güzellik olsun diye islendi. http://www.milliyet.com.tr/binlerce-cinayet-zorla-guzellik/siyaset/detay/2137381/default.htm. 25.10.2015

Tafolar, Meric: „Kendimi ötekilerin vekili olarak görüyorum“. http://www.milliyet.com.tr/-kendimi-otekilerin-vekili-olarak/siyaset/detay/2138986/default.htm. 28.10.2015

Tafolar, Meric: Kadınlara izdivaç değil, eşit haklar vaat ediyoruz. http://www.milliyet.com.tr/kadinlara-izdivac-degil-esit/siyaset/detay/2139482/default.htm. 29.10.2015

Tezkan, Mehmet: Basbakan zordaki verdikce veriyor. http://www.milliyet.com.tr/basbakan-zorda-ki-verdikce veriyor/gundem/ydetay/2140017/default.htm. 30.10.2015

Bahceli 1 Kasim sonrasi icin 3 hayir'ini hazirladi. http://www.milliyet.com.tr/bahceli-1-kasim-sonrasi-icin-3/siyaset/detay/2140734/default.htm. 31.10.2015

Demirtasin sandigindan AK Parti cikti. http://www.milliyet.com.tr/hdp-nin-baraj-altinda-kalma/siyaset/detay/2141235/default.htm. 01.11.2015

Tafolar, MericSecim sonuclari kesinlik kazandi. http://www.milliyet.com.tr/secim-sonuclari-2015-istanbul--gundem-2141026/. 01.11.2015

Hürriyet.com.tr

Gürcanli, Zeynep/ Alp, Aysel: MHP lideri Devlet Bahceli koalisyona kapiyi acti. http://www.hurriyet.com.tr/mhp-lideri-devlet-bahceli-koalisyona-kapiyi-acti-30225438. 04.10.2015

„Bir can cihana bedeldir". http://www.hurriyet.com.tr/kilic-bir-can-bir-cihana-bedeldir-30217017. 04.10.2015

Bodrum CHP secim startini verdi. http://www.hurriyet.com.tr/chp-bodrum-secim-startini-verdi-37176710. 06.10.2015

Acar, Ayhan/ Ercan, Ersin: Kılıçdaroğlu: Neyi açıkladıysak AKP bildirgesinde. http://www.hurriyet.com.tr/kilicdaroglu-neyi-acikladiysak-akp-bildirgesinde-30242743. 06.10.2015

Demirci, Elif: Vural, „Milletle dalga gecmeyin". http://www.hurriyet.com.tr/vural-milletle-dalga-gecmeyin-30247662. 06.10.2015

Kücüksahin, Sükrü: Kemal Kılıçdaroğlu: Cumhuriyet değil iktidar savcısı. http://www.hurriyet.com.tr/kemal-kilicdaroglu-cumhuriyet-degil-iktidar-savcisi-30268361. 09.10.2016

Kilicdaroglu'na Izmir morali. http://www.hurriyet.com.tr/kilicdarogluna-izmir-morali-30275632. 09.10.2015

Dünya'da buzullar, Türkiyede AKP eriyor. http://www.hurriyet.com.tr/dunyada-buzullar-turkiyede-akp-eriyor-30280967. 10.10.2015

Cercioglu: „Bizim kültürümüzde pusu kültürü yoktur." http://www.hurriyet.com.tr/cercioglu-bizim-kulturumuzde-pusu-kulturu-yoktur-37179130. 12.10.2015
Esnafdan HDP'ye destek ziyareti. http://www.hurriyet.com.tr/esnaftan-hdp-ye-destek-ziyareti-37179932. 13.10.2015

Öznur Çalık, Doğanşehir İlçesini Ziyaret Etti. http://www.hurriyet.com.tr/oznur-calik-dogansehir-ilcesini-ziyaret-etti-37180834. 14.10.2015

Kirmizitas, Hasan/ Tamer, Metin Faruk: Yüksekdag: "Bomba tweetleri MIT hesabindan". http://www.hurriyet.com.tr/figen-yuksekdag-bomba-tweet-leri-mit-hesabindan-30343323. 19.10.2015

AK Parti Malatya milletvekili Öznür Calik. http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-malatya-milletvekili-oznur-calik-37184123 21.10.2015

CHP Milletvekili Basmaci'dan 25 konut sorusu. http://www.hurriyet.com.tr/chp-milletvekili-basmaci-dan-25-bin-konut-sorusu-37185043 22.10.2015

Unuvar: „Baska Türkiye yok". http://www.hurriyet.com.tr/unuvar-baska-turkiye-yok-37184643. 22.10.2015

Özkök, Ertugrul: Halkin yüzde kaci "ondan" korkuyor. http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/ertugrul-ozkok_10/halkin-yuzde-kaci-ondan-korkuyor_40004409. 22.10.2015

Candar, Cengiz: Secim öncesi anketler, secim sonrasi sifreler. http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/cengiz-candar_215/secim-oncesi-anketler-secim-sonrasi-sifreler_40004411. 22.10.2015

AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Mehmet Özhaseki. http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-genel-baskan-yardimcisi-mehmet-ozhaseki-37185345. 23.10.2015

Milletvekili Calik, Nagihan Ilcesini ziyaret etti. http://www.hurriyet.com.tr/milletvekili-calik-yazihan-ilcesini-ziyaret-etti-37185733. 23.10.2015

Calislar, Oral: Davutoglu, Kilicdaroglu: „Toroslar" yada „Oslo" http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/oral-calislar_550/davutoglu-kilicdaroglu-toroslar-ya-da-oslo_40005322 24.10.2015

Yüksekdag: „Kelle koltukda siyaset yürütüyoruz" http://www.hurriyet.com.tr/yuksekdag-kelle-koltukta-siyaset-yurutuyoruz-40005512. 24.10.2015

Babacan, Nuray/ Basaran, Firat/ Erdem, Umut: 39 vekillik için kıl payı hesaplar. http://www.hurriyet.com.tr/39-vekillik-icin-kil-payi-hesaplar-40005897. 25.10.2015

AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Selçuk Akdağ: 1 Kasım, Tarihimizin En Önemli Seçimi. http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-genel-baskan-yardimcisi-selcuk-akdag-1-kasim-tarihimizin-en-onemli-secimi-37186811. 26.10.2015

Güner, Tahsin: CHP ve HDP genclik kollarindan ortak aciklama. http://www.hurriyet.com.tr/chp-ve-hdp-genclik-kollarindan-ortak-aciklama-40006037. 26.10.2015

Senem Kılıç:"açık Açık Anlatmak Zorundalar". http://www.hurriyet.com.tr/senem-kilic-acik-acik-anlatmak-zorundalar-37186431. 26.10.2015

Özkaya, Sefa: Stres yapmayin. http://www.hurriyet.com.tr/stres-yapmayin-40006426. 27.10.2015

Bayer, Yalcin: Bu ask nakadar oya dönüsür bilmem. http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/yalcin-bayer_42/bu-ask-ne-kadar-oyadonusur-bilemem_40006439 27.10.2015

HDP Es genel baskani Selahattin Demirbas: Bizsiz siyaset yapamazsiniz. http://www.hurriyet.com.tr/bizsiz-siyaset-yapamazsiniz-40007286. 28.10.2015

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: Bizim bildiklerimiz bize, yargının bildiği de kendinedir. http://www.hurriyet.com.tr/cumhurbaskani-recep-tayyip-erdogan-bizim-bildiklerimiz-bize-yarginin-bildigi-de-kendinedir-40007346. 28.10.2015

Nazli Ilicak: Bize solcu arkadaslar gibi zulme direnmeyi ögreniyoruz. http://www.hurriyet.com.tr/oktay-vural-kayyumlara-sesleniyorum-40007000. 28.10.2015

Hakan, Ahmet: AK Parti kurnaz „Mister No!". http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/ahmet-hakan_131/ak-parti-kurnaz-mister-no_40006872. 28.10.2015

Torun, Hakime: Cumhurbaskani Erdogan PYD'nin neden vuruldugunu acikladi. http://www.hurriyet.com.tr/cumhurbaskani-erdogan-pydnin-neden-vuruldugunu-acikladi-40007396. 29.10.2015

Bilgili, Sinan: Eger Atatürk yasasaydi CHP'yi kapatirdi. http://www.hurriyet.com.tr/adan-eger-ataturk-yasasaydi-bu-chpyi-kapatirdi-40007549. 29.10.2015

Gürcanli, Zeynep: HDP'den Erdoğan'ın iddiasına cevap. http://www.hurriyet.com.tr/hdpden-erdoganin-iddiasina-cevap-40007466. 29.10.2015

Erdogan, Ersan/ Kilicarslan, Erkan/ Uctu, Nermin: Arınç'tan Bahçeli'ye eleştiri: Masaya otursa evet demek zorunda kalacak. http://www.hurriyet.com.tr/arinctan-bahceliye-elestiri-masaya-otursa-evet-demek-zorunda-kalacak-40007732. 30.10.15

Özel, Riza: 1 Kasim referandumu. http://www.hurriyet.com.tr/1-kasim-referandumu-40008072. 30.10.2015

Alas, Enver: Demirtas'tan tahmin: 3. Parti olacgiz. http://www.hurriyet.com.tr/demirtastan-tahmin-3-parti-olacagiz-40008006. 30.10.2015

CHP, Adıyaman'da 1 Kasım Seçimlerinden Umutlu. http://www.hurriyet.com.tr/chp-adiyaman-da-1-kasim-secimlerinden-umutlu-37189367. 30.10.2015

AK Parti Malatya Milletvekili Öznur Çalık, Sertifika Törenine Katıldı. http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-malatya-milletvekili-oznur-calik-sertifika-torenine-katildi-37189336. 30.10.2015

9 yaşındaki Yamaç'tan Kılıçdaroğlu'na zor soru. http://www.hurriyet.com.tr/9-yasindaki-yamac-cakirdan-kilicdarogluna-zor-soru-40007962. 30.12.2015

Milletvekili Gönen, "Ülkenin Geleceği İçin MHP'ye Oy Ver. http://www.hurriyet.com.tr/milletvekili-gonen-ulkenin-gelecegi-icin-mhp-ye-oy-ver-37189172. 30.12.2015

Hatice Özgevrek: 1 Kasım, Türkiye İçin Yeni Bir Başlangıç Olsun. http://www.hurriyet.com.tr/hatice-ozgevrek-1-kasim-turkiye-icin-yeni-bir-baslangic-olsun-37189210. 30.12.2015

MHP Aşure Dağıttı. http://www.hurriyet.com.tr/mhp-asure-dagitti-37189065. 30.12.2015

CHP'li Hürriyet, Bakan Şimşek'i CHP'ye Oy Vermeye Davet Etti. http://www.hurriyet.com.tr/chp-li-hurriyet-bakan-simsek-i-chp-ye-oy-vermeye-davet-etti-37189123. 30.12.2015

MHP İzmir İl Başkanı Karataş Ve Ailesi Oyunu Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/mhp-izmir-il-baskani-karatas-ve-ailesi-oyunu-kullandi-37189770. 01.11.2015

Eski Sağlık Bakanı Recep Akdağ Oyunu Annesi İle Beraber Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/eski-saglik-bakani-recep-akdag-oyunu-annesi-ile-beraber-kullandi-37189786. 01.11.2015

Meram Belediye Başkanı Toru Oyunu Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/meram-belediye-baskani-toru-oyunu-kullandi-37189809. 01.11.2015

Kars Valisi Özdemir, Eşi İle Birlikte Oyunu Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/kars-valisi-ozdemir-esi-ile-birlikte-oyunu-kullandi-37189805. 01.11.2015

Tütüncü, Oyunu Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/tutuncu-oyunu-kullandi-37189826. 01.11.2015

Emine Nur Günay oyunu kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/emine-nur-gunay-oyunu-kullandi-37189820. 01.11.2015

Kurt cifti oylarini kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/kurt-cifti-oylarini-kullandi-37189806. 01.11.2015

Düzce valisi Ali Fidan oyunu kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/duzce-valisi-ali-fidan-oyunu-kullandi-37189803. 01.11.2015

AK partili Sena Nur Celik oyunu Demirtas'da kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/ak-partili-sena-nur-celik-oyunu-demirtas-ta-kullandi-37189847. 01.11.2015

Kocaoğlu; Bu seçim hepimizin umudu". http://www.hurriyet.com.tr/kocaoglu-bu-secim-hepimizin-umudu-40008527. 01.11.2015

Kürkçü'den seçim selfiesi. http://www.hurriyet.com.tr/kurkcuden-secim-selfiesi-40008533. 01.11.2015

Milletvekili Öznur Calik oyunu kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/milletvekili-oznur-calik-oyunu-kullandi-37189857. 01.11.2015

Baskani Yilmaz oyunu kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/baskani-yilmaz-oyunu-kullandi-37189851. 01.11.2015

Baskan Akgün: „Türkiye icin hayirli olsu". http://www.hurriyet.com.tr/baskan-akgun-turkiye-icin-hayirli-olsun-37189877. 01.11.2015

Baskan Sema Pekdas oyunu kullandi. http://www.hurriyet.com.tr/baskan-sema-pekdas-oyunu-kullandi-37190005. 01.11.2015

Başkan Yağcı, Eşi Ve Oğlu İle Birlikte Oyunu Kullandı. http://www.hurriyet.com.tr/baskan-yagci-esi-ve-oglu-ile-birlikte-oyunu-kullandi-37189976. 01.11.2015

1 Kasim secimin galibi AK Parti. http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-chp-mhp-ve-hdpnin-oylarinin-arttigi-ve-dustugu-iller-40008709. 01.11.2015

Kemal Kilicdaroglunddan 1 kasim yorumu. http://www.hurriyet.com.tr/kemal-kilicdaroglundan-1-kasim-yorumu-40008826. 01.11.2015

Cüce Utlu Yasar: CHP'li Öz'den secim degerlendirmesi. http://www.hurriyet.com.tr/chpli-ozden-secim-degerlendirmesi-40008824. 01.11.2015

„Verilern tüm olaylara laik olacagiz". http://www.hurriyet.com.tr/verilen-tum-oylara-layik-olacagiz-40008815 01.11.2015

HDP'den 1 Kasim aciklamasi: "Ortada esit bir secim yoktu". http://www.hurriyet.com.tr/hdpden-1-kasim-aciklamasi-ortada-esit-bir-secim-yoktu-40008760. 01.11.2015

Abstract (Englisch)

Since the late 1980s international research has shown an unequal gender coverage of female politicians. The power of media in terms of gender construction can strengthen existing social differences and legitimize what is seen as normal, like gender roles, behavior or character traits of men and women. In order to achieve gender equality in the political news, we need to find out the key indicators which cause inequality in the news. Theories of feminism and media studies like normative media theories help to illustrate the link between politics, media and gender. The focus of this thesis is the media coverage of female politicians in Turkey and Austria. The countries have different political and media systems, but also cultural aspects vary significantly. This is why different results are expected.

The study analyses two online newspapers from Turkey (October 4 to November 1st, 2015) and two from Austria (September 13 to October 11, 2015) in four weeks leading up to Election Day. The content analysis focuses on news visibility, issue related coverage and gendered coverage in terms of trivialization and marginalization of female candidates.

The findings show on the whole that male contenders were more visible than similar situated women politicians in both countries. Only 25% of all articles mentioned a female politician as main actor. For the most part the main topic of the articles, which had women on focus, was the election campaign, and not soft news. Concerning private life of politicians more articles focused predominantly on male politicians- especially in Turkey.

Overall, the news coverage of women point to a difference in the amount of coverage. This study supports the hypothesis of liberal feminism paradigm, which assumes that gendered coverage still exists.

Keywords: gendered coverage/ politics/ female politicians/ politics in Turkey/ comparative / female politicians Turkey / female politicians Austria / women in news /

Abstract (Deutsch)

Seit den späten 1980er Jahren zeigen Forschungen weltweit die geschlechtsspezifische Darstellung von Politikerinnen in den Medien. In Hinblick auf Geschlechterkonstruktionen können Massenmedien bestehende soziale Differenzen bestärken, und konstruieren geschlechtsspezifische Geschlechterrollen, Verhalten und Persönlichkeitseigenschaften von Frauen und Männern. Die Paradigmen feministischer Kommunikationswissenschaft (Gleichheits- und Differenzansatz und (De-) Konstruktivismus) in Zusammenführung mit kommunikationswissenschaftlichen Modellen, bieten ein besseres Verständnis vom Zusammenhang Politik, Medien und Geschlecht.

Die Magisterarbeit beschäftigt sich mit der geschlechtsspezifischen Darstellung von Politikerinnen in der Türkei (04.10.15- 01.11.15) und in Österreich. (13.09.15-11.10.15). Die Wahl fällt auch die Länder, da sie unterschiedliche politische und mediale Systeme aufweisen, und aus verschiedenen Kulturkreisen stammen. Auf Grund dessen werden Unterschiede in der Berichterstattung angenommen.

Untersuchungsmaterial bilden je zwei Onlineausgaben von Tageszeitungen, die mittels Inhaltsanalyse vier Wochen vor den Wahlen (Parlamentswahlen in der Türkei, Wiener Landtags- und Gemeinderatswahl in Österreich) untersucht wurden. Der Fokus der Analyse richtete sich auf Medienpräsenz, Themen der Berichterstattung (soft/ hard news) und Indikatoren für geschlechtsspezifische Darstellungsformen wie z.B Anrede der Politikern, oder Privatsphäre. Die Ergebnisse zeigen, dass Männer die Berichterstattung dominieren. In nur 25% aller Artikel, in denen Frauen vorkommen, konnten Politikerinnen als Hauptakteurinnen ausgewiesen werden. Überraschenderweise wurde die Privatsphäre von Politikern häufiger thematisiert, als die der Politikerinnen – besonders in der Türkei.

Insgesamt zeigt die inhaltsanalytische Untersuchung, dass keine systematische Benachteiligung von Politikerinnen stattgefunden hat. Allerdings ergibt sich eine quantitative Differenz in der Darstellung von Politikerinnen.

Schlagwörter: geschlechtsspezifische Berichterstattung / Politik / weibliche Politikerinnen / Politik in der Türkei / Ländervergleich / Politikerinnen Türkei / Politikerinnen Österreich / Frauen in Nachrichten