

# Inhalt

<b>Vorwort.....</b>	<b>11</b>
<b>1     Der schwul-lesbische Journalismus – ein unerforschtes Terrain .....</b>	<b>13</b>
1.1     Relevanz des Themas und zentrale Fragestellung.....	14
1.2     Aufbau der Arbeit .....	15
<b>2     Systemtheoretisch-konstruktivistischer Ansatz und Journalismusforschung .....</b>	<b>17</b>
2.1     Schwul-lesbischer Journalismus als journalistisches Teilsystem..	19
2.1.1     Funktion, Leit- und Zweitcode: Lieferung aktueller, relevanter Themen.....	22
2.1.2     Binnenstruktur: Organisationen, Programme und Akteure des Subsystems.....	26
2.1.3     Strukturelle Kopplung mit den Umwelten Publikum, PR und Wirtschaft .....	31
2.2     Schwul-lesbischer Journalismus als Wirklichkeitskonstrukteur ..	36
2.3     Systemtheorie in der empirischen Forschung: ,Journalismus in Deutschland' .....	38
2.4     Zwischenfazit.....	41
<b>3     Schwul-lesbische Medien in Deutschland .....</b>	<b>43</b>
3.1     Wandel der Lebenswelt – Wandel der Medien .....	44
3.1.1     Aufstieg zur Weimarer und Fall zur Nazi-Zeit: 1896 bis 1933 .....	45
3.1.2     Neubeginn nach dem Zweiten Weltkrieg und Rückzug ins Private: 1950 bis 1969 .....	50
3.1.3     Sexuelle Befreiung und Bewegungsblätter: 1969 und die 1970er .....	54
3.1.4     Liberalisierung der Gesellschaft und Medienzuwachs: 1980er bis heute .....	60
3.2     Gegenwärtige Strukturen der schwul-lesbischen Presse.....	65
3.2.1     Verortung der schwul-lesbischen Zeitschriften in der Medienlandschaft.....	65

3.2.2	Spezifika der schwul-lesbischen Populärpresse .....	70
3.2.2.1	Kostenlose Stadtilustrierte und überregionale Lifestyle-Magazine .....	71
3.2.2.2	Kommerzialisierung, Professionalisierung und Verdrängung.....	74
3.3	Zwischenfazit.....	78
<b>4</b>	<b>Die Untersuchung des schwul-lesbischen Journalismus .....</b>	<b>81</b>
4.1	Sechs Analysedimensionen .....	81
4.1.1	Wo findet man die Journalisten? .....	82
4.1.2	Welche Merkmale und Einstellungen haben die Journalisten? .....	85
4.1.3	Wie arbeiten die Journalisten und wie zufrieden sind sie mit ihrer Arbeit? .....	86
4.1.4	Welches Rollenbild haben die Journalisten und werden sie ihm gerecht? .....	87
4.1.5	Wie informieren sich die Journalisten? .....	88
4.1.6	Wonach richten sich die Journalisten?.....	89
4.2	Das Forschungsdesign.....	91
4.2.1	Methode: Quantitativ-standardisierte Online-Befragung.....	92
4.2.2	Pretest und Modifizierung des Instruments.....	95
4.2.3	Kontaktaufnahme und Verlauf der Online-Befragung.....	97
<b>5</b>	<b>Die Ergebnisse.....</b>	<b>103</b>
5.1	Journalistische Medien und journalistisches Personal: Entgrenzte Strukturen .....	103
5.2	Merkmale und Einstellungen: Der typische Journalist .....	109
5.2.1	Alter und Einkommen: Junge Journalisten mit Durchschnittslohn.....	110
5.2.2	Bildung und Ausbildung: Nicht-Akademiker und Quereinsteiger .....	113
5.2.3	Soziale Herkunft und Engagement: Mäßig engagierte Mittelschichtslinke.....	115

5.2.4	Zwischenfazit .....	117
5.3	Journalistische Tätigkeiten: Kernaufgaben haben Vorrang.....	118
5.3.1	Chefredakteure als Hauptfiguren der Produktion.....	120
5.3.2	Redaktionsleiter als zentrale Instanzen des Gegenlesens .....	123
5.3.3	Zufriedenheit mit dem Arbeitsklima, Unmut über materielle Faktoren .....	126
5.3.4	Zwischenfazit .....	129
5.4	Rollenbild und -wirklichkeit: Informieren, unterhalten und Trends aufzeigen .....	130
5.4.1	Im Fokus: Information und Vermittlung .....	132
5.4.2	Im Fokus: Service und Unterhaltung.....	134
5.4.3	Im Fokus: Kritik, Kontrolle und Engagement .....	136
5.4.4	Zwischenfazit .....	140
5.5	Informationsquellen: PR-Angebote und Selbstreferenzen .....	141
5.5.1	Pragmatischer Umgang mit Pressemitteilungen .....	141
5.5.2	Leitmedien: Orientierung an Mainstream-Angeboten im Internet .....	144
5.5.3	Zwischenfazit .....	145
5.6	Einflüsse auf den Journalismus: Gefahren für die Unabhängigkeit .....	146
5.6.1	Medienextern: Breite Zustimmung zur Autonomie...	147
5.6.2	Medienintern: Chef als größter Einflussfaktor.....	148
5.6.3	Privates Umfeld: Viele Journalisten, wenige Entscheidungsträger.....	151
5.6.4	Publikum: Differenziertes Leserbild, kaum Einfluss der Rezipienten.....	154
5.6.5	Zwischenfazit .....	160
<b>6</b>	<b>Sechs Eckpfeiler des schwul-lesbischen Journalismus in Deutschland .....</b>	<b>163</b>

## **Anhang**

<b>7</b>	<b>Tabellen zum theoretischen Teil .....</b>	<b>175</b>
<b>8</b>	<b>Materialien zur Studie .....</b>	<b>179</b>
8.1	Liste der recherchierten Zeitschriften .....	179
8.2	Die Korrespondenz .....	181
8.2.1	Einladungs-E-Mail an die Journalisten .....	181
8.2.2	Empfehlungsschreiben des Betreuers.....	182
8.3	Der Fragebogen .....	183
8.4	Beispielfragebogenseite im Web .....	204
8.5	Grundgesamtheitsberechnung der Anzahl freier Journalisten...	205
8.6	Tabellen zum empirischen Teil – Übersicht.....	207
8.7	Tabellen.....	208
<b>9</b>	<b>Literatur .....</b>	<b>257</b>