

Methodologiedebatten und Methodeneinsatz in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung

Susanne Kinnebrock

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Kinnebrock, Susanne. 2023. "Methodologiedebatten und Methodeneinsatz in der
kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung." In *Handbuch Medien und
Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und
Medienforschung*, edited by Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, and Viktorija
Ratković, 199–214. Wiesbaden: Springer VS.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-20707-6_13.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright



Methodologiedebatten und Methodeneinsatz in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung

Susanne Kinnebrock

Inhalt

1 Einleitung	200
2 Entwicklung von Methodologiedebatten und Methodeneinsatz	203
3 Ausblick: Neue Methoden in der Kommunikationswissenschaft	208
4 Fazit	209
Literatur	210

Zusammenfassung

Seit etwa 50 Jahren betreibt die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung im deutschsprachigen Raum empirische Forschung. Sie hat dabei eigenständige methodologiekritische Perspektiven entwickelt und den Anspruch empirisch-kommunikationswissenschaftlicher Aussagen auf Allgemeingültigkeit und Geschlechtsneutralität häufig in Frage gestellt. Das Methodenrepertoire wandelte sich mit den verschiedenen theoretischen Ansätzen. Während sich die frühe kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung auf Frauen konzentrierte und dabei Unterschiede sowie Diskriminierungen v. a. mithilfe standardisierter Inhaltsanalysen und Befragungen dokumentierte, entwickelte sich spätestens im Zuge des Differenzansatzes eine Präferenz für qualitative Verfahren. Sie erschienen geeigneter, um individuelle Kommunikationserfahrungen von Frauen, ihre Subjektpositionierungen und differenten Lesarten zu erfassen. Unter (de-)konstruktivistischem Paradigma wandte sich die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung vermehrt der Analyse grundlegender Muster der Vergeschlechtlichung zu. Das „doing gender“ im alltäglichen Medienhandeln, aber auch Dualismen in medialen Diskursen werden inzwischen v. a. mithilfe von Methodentriangulationen beleuchtet.

1 Einleitung

Zahlreiche Untersuchungen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung¹ gehen empirisch vor und berühren damit zumindest implizit Fragen von Methodologie und Methode. Explizit widmete sich bereits die frühe feministisch inspirierte (Medien-)Forschung der 1970er und 1980er dem Zusammenhang von Wissenschaftstheorie, Methodologie und empirischen Methoden – und verband sie mit einer heftigen Kritik am „malestream“ empirischer Sozialforschung (Oakley 1998, S. 707; siehe auch Rakow 1986; Dervin 1987). Methodologische Debatten stellen damit eine lange Traditionslinie in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung dar. Und doch ist ein Überblick über die Methoden in diesem Feld nicht leicht zu strukturieren.

Das liegt zunächst daran, dass Geschlechterforschung auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft quer zu den gängigen Forschungsfeldern liegt. Geschlechterperspektiven können in empirischen Studien zunächst im Bereich der Medienproduktion bzw. Kommunikator*innenforschung angelegt werden, dann im Bereich des individuellen Medienhandelns, was Medienaneignung und -nutzung, aber auch -rezeption und -wirkung einschließt, und schließlich im Bereich der Medieninhalte und öffentlichen Diskurse. Kurzum, zumeist lassen sich Studien mit Geschlechterperspektive mindestens doppelt verorten – im Bereich der Geschlechterforschung und einem weiteren kommunikationswissenschaftlichen Feld –, und in Summe decken sie nahezu alle Felder der Kommunikations- und Medienwissenschaft ab. Dementsprechend forschen sie auch mit sehr unterschiedlichen, für die jeweiligen Felder typischen Methoden. Originär feministische Methoden sind weder in der Kommunikations- und Medienwissenschaft noch in den Sozialwissenschaften entstanden (Althoff et al. 2017, S. 440).

Darüber hinaus erweist es sich als Trugschluss, dass Geschlecht als zentrale Analysekategorie der Geschlechterforschung so eindeutig konturiert sei, dass es als leitender Kompass durch die Vielzahl an Studien und kommunikationswissenschaftlichen Feldern fungieren könne. Geschlecht als Analysekategorie hat ganz

¹ Es wird in diesem Beitrag die Bezeichnung kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung verwendet, die als eine Art Dachbezeichnung für verschiedene methodologische und theoretische Strömungen innerhalb der geschlechtersensiblen Medien-, Kommunikations- und Öffentlichkeitsforschung fungiert. Das heißt, es sollen hier sowohl frühe Ansätze der kommunikationswissenschaftlichen Frauenforschung, die feministische Medienforschung, Feminist Media Studies, Gender Media Studies und Queer Media Studies als eingeschlossen betrachtet werden (siehe auch die Überblicksdarstellung von Wischermann 2018).

eigene „Tücken“ (Honegger und Arni 2001; Kinnebrock et al. 2012), was bei der Definition anfängt: Geschlecht wird zum einen biologisch bzw. sozial-kategoriall gefasst, um Personen als Mann oder Frau zuzuordnen (englisch: sex). Zum anderen fungiert Geschlecht als duales System der Bedeutungszuweisung, mittels dessen nicht nur Verhaltensweisen und Gegenstände, sondern letztlich die gesamte soziale Welt als feminin oder maskulin etikettiert werden (englisch: gender). Wie „sex“ und „gender“ als komplex verflochtene Wissenssysteme zueinander in Beziehung gesetzt werden, ist nicht nur Gegenstand zahlreicher theoretischer Abhandlungen, sondern auch eine Frage der Empirie. Denn zum einen stellt sich die Frage, wie „sex“ und „gender“ empirisch operationalisiert werden, zum anderen sind multiple Interaktionen mit weiteren relevanten Sozialkategorien (z. B. sexuelle Identität, Alter, Ethnie, Herkunft, Milieu) und Kontexten (z. B. spezifisches Medienangebot, Situation, umgebende Strukturen) zu berücksichtigen. Nicht ohne Grund werden in jüngerer Zeit für empirische Forschungen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung zunehmend queere, intersektionale und postkoloniale Perspektiven eingefordert (z. B. Goel 2021; Mertlitsch 2019; Gouma und Dorer 2019), so dass sich der Gegenstandsbereich der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung zunehmend ausweitet.

Neben der adäquaten Definition und Einbettung von Geschlecht als theoretische Analysekategorie ist beim empirischen Arbeiten eine weitere „Tücke“ der Kategorie Geschlecht zu berücksichtigen: Empirische Studien im Allgemeinen (und umso mehr solche, die mit standardisierten Verfahren arbeiten) nehmen am Anfang Kategorisierungen vor – v. a. auch entlang des biologischen bzw. binär-sozialkategorialen Geschlechts. Einmal gesetzt, durchziehen diese Kategorisierungen den ganzen Forschungsprozess sowie dessen Ergebnisse. In der Folge läuft Geschlechterforschung leicht Gefahr, genau das, was eigentlich hinterfragt werden sollte, nämlich die grobschlächtige, biologisch begründete Geschlechterdifferenz Mann – Frau, zu reproduzieren. Dies haben Regine Gildemeister und Angelika Wetterer (1992) auch als „Reifizierung“ von Zweigeschlechtlichkeit v. a. durch die frühe Frauenforschung kritisiert.

Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie, Methodologie und tatsächliche Methoden sind im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung engstens miteinander verwoben. Sandra Harding, eine einflussreiche feministische Erkenntnis- und Wissenschaftstheoretikerin, hat *Methoden* („methods“) als Techniken beschrieben, die der empirischen Generierung von Evidenzen dienen (Harding 1987, S. 2). *Methodologien* hingegen versteht sie als Logiken, die hinter den jeweiligen Methoden stehen („a theory or analysis how research does or should proceed“, Harding 1987, S. 3) und zugleich der Reflexion der konkret eingesetzten Methode dienen. „Epistemologies“ oder *erkenntnistheoretische Betrachtungen* wiederum analysieren die Bedingungen, wie Wissen zustande kommt, und betten damit methodologische Überlegungen in größere wissenschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge ein. Dazu gehört die Analyse, wer ein Wissen erlangen und verbreiten kann („knowers“) und was tatsächlich als verbürgtes Wissen („knowledge“) zählt. Dabei ist es nicht allein die über Methoden gewonnene empirische Evidenz, die eine

wissenschaftliche Erkenntnis zum verbürgten Wissen oder gar Allgemeingut macht, sondern durchaus auch die Anschlussfähigkeit einer Erkenntnis an dominante gesellschaftliche Vorstellungen oder Ideologien. Wissen ist immer auch zeitgenössisch-gesellschaftlich situiert (Harding 1987, S. 3; Haraway 1988, S. 576–577; Ehlers und Zachmann 2019, S. 15–17).

Feministische Kritik setzte an den herrschenden, aber kaum hinterfragten erkenntnistheoretischen Grundlagen von wissenschaftlichem Wissen an – wie der vorschnellen Verallgemeinerung des „männlichen Normalfalls“ verbunden mit einer methodologischen Unbedarftheit, weibliche Lebenszusammenhänge samt ihrer Eigenlogiken tatsächlich zu erfassen. Das heißt, die feministische Kritik zielte auf erkenntnistheoretische Grundlagen sowie Methodologie und stellte damit das vorherrschende Wissenschaftsverständnis und bestehende Objektivitätsansprüche fundamental in Frage. Reine Methodendebatten, die nur der Optimierung von einzelnen Erhebungs- und Auswertungstechniken gelten, sind im Bereich der sozialwissenschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung hingegen rar (Althoff et al. 2017, S. 439).

Der erkenntnistheoretische Impetus hinter feministischer Methodenkritik erklärt die Gliederung dieses Beitrags. Weitgehend entlang der Zeitachse und historisch gewachsener Paradigmen kommunikationswissenschaftlicher Frauen-, Geschlechter- und aktuell Queerforschung wird methodologische Kritik vorgestellt sowie auf den zeit- und feldtypischen Methodengebrauch verwiesen.² Dabei wird auch auf die methodologischen Debatten innerhalb der sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung Bezug genommen, denn die Überschneidungsbereiche und Bezugnahmen zwischen v. a. soziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung sind im Bereich der empirischen Methoden beachtlich. Da weder die Vielzahl an kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterstudien noch die verschiedenen empirischen Methoden en detail erläutert werden können, sind viele Literaturverweise integriert, die zum einen auf grundlegende kommunikationswissenschaftliche Methodenlehrbücher verweisen, zum anderen auf Best-Practice-Beispiele der Methodenanwendung im Bereich der Geschlechterforschung.

²Dabei ist zum einen zu berücksichtigen, dass für sogenannte Paradigmenwechsel (Kuhn 1962) oder Denkstilwechsel (Fleck 1935) normalerweise kaum ein fester Zeitpunkt zu bestimmen ist, weil Paradigmenwechsel in der Wissenschaft längerfristige Prozesse darstellen. Zum anderen ist zu bedenken, dass Paradigmen i. d. R. nicht ausgetauscht werden, sondern parallel weiterbestehen, wobei je nach Zeitabschnitt bestimmte Paradigmen dominanter sind, andere dafür stärker in den Hintergrund treten. Und schließlich folgen empirische Studien oft nicht einem (oft ex-posteriori definierten) Paradigma in Reinform, sondern setzen komplexe Studiendesigns um, so dass ihre Befunde schließlich anschlussfähig an unterschiedliche Paradigmen sind bzw. auch entlang unterschiedlicher Paradigmen interpretiert werden können. Die in diesem Beitrag erfolgte Zuordnung von empirischen Methoden und Studien zu Gleichheitsansatz, Differenzansatz und (De-)Konstruktivismus stellt einen Strukturierungsversuch dar, der Grenzfälle der Studienzuordnung, die Parallelität von unterschiedlichen Paradigmen und die Problematik gesetzter zeitlicher Zäsuren damit nicht in Abrede stellt.

2 Entwicklung von Methodologiedebatten und Methodeneinsatz

2.1 Gleichheitsansatz und Methodeneinsatz

Im Vergleich zu angelsächsischen Ländern hat sich die kommunikationswissenschaftliche Frauenforschung im deutschsprachigen Raum spät entwickelt (Klaus 2005, S. 41). Vorausgegangen waren zunächst Aktivitäten der zweiten Frauenbewegung sowie der Frauenhochschulbewegung (Metz-Göckel 2019), im Zuge derer u. a. frauenbezogene Leerstellen sozialwissenschaftlicher Forschung massiv kritisiert wurden. Zudem gab eine vielzitierte Studie zum Frauenbild im Fernsehen, die das bundesdeutsche Ministerium für Jugend, Familie und Gesundheit anlässlich des Jahres der Frau 1975 in Auftrag gegeben hatte, klare Hinweise darauf, dass Muster, die später als „Marginalisierung“ (oder gar „symbolic annihilation“) und „Trivialisierung“ von Frauen bezeichnet wurden (Tuchman 1978) bundesdeutsche Medien- darstellungen durchzogen (Küchenhoff 1975). Dies gab nicht nur Anlass zu feministischer Medienkritik, sondern auch zu weiteren empirischen Studien, die in den 1970er- und 1980er-Jahren bevorzugt Frauen – als Kommunikatorinnen, Medien- handelnde und Sujet von Mediendiskursen – in den Mittelpunkt stellten. Dabei konnten auch für Frauen als Medienschaffende im Journalismus (z. B. Neverla und Kanzleiter 1984; Keuneke et al. 1997) und in den PR (z. B. Fröhlich et al. 2005) Marginalisierungs- und Segregationstendenzen festgestellt werden. Diese frühen Studien, die heute primär dem *Repräsentanz- oder Gleichheitsansatz* zugeordnet werden (Klaus 2005, siehe auch Capecchi 2014), fokussierten häufig auf die fehlende Gleichheit zwischen Männern und Frauen, die z. B. in verzerrten Frauen- darstellungen oder ungleichen Berufsmöglichkeiten ihren Ausdruck fand (und findet). Empirisch orientierten sich diese Studien am (damals) gängigen Methoden- repertoire der Kommunikationswissenschaft, wobei zur Erhebung des medialen Frauenbilds v. a. standardisierte Inhaltsanalysen (siehe Rössler 2017) eingesetzt wurden, um Marginalisierung, Trivialisierung und Diskriminierung von Frauen darzulegen (z. B. Leinfellner 1983; Weiderer 1995; Pfannes 2004; Magin und Stark 2010; Prommer und Linke 2019). Die Befragung (siehe Scholl 2018) von Medienschaffenden erfolgte ebensof standardisiert, aber bisweilen auch kombiniert mit offenen Fragen und entsprechend qualitativer Auswertung (z. B. Freise und Drath 1977; Neverla und Kanzleiter 1984).

Studien in der Tradition des Gleichheitsansatzes haben zuweilen beachtliche politische Schlagkraft entwickelt, weil sie zum einen Geschlechterhierarchien offenlegten, die demokratischen Gleichheitsversprechen offensichtlich entgegenlau- fen. Zudem war ihre Methodenwahl wenig angreifbar, bedienten sich diese Studien ja etablierter sozialwissenschaftlicher Methoden wie standardisierter Inhaltsanalysen und verschiedener Befragungsformen (siehe mit internationalem Bezug auch Capecchi 2014; Mendes und Carter 2008, S. 1704). Das heißt, der Objektivitäts- anspruch v. a. standardisierter sozialwissenschaftlicher Verfahren wurde von diesen Studien weder in Frage gestellt noch ein komplexerer Geschlechterbegriff

angewendet. Die Studienergebnisse selbst wurden primär entlang der Mann-Frau-Differenz interpretiert, wobei in standardisiert vorgehenden Studien viele Facetten des weiblichen Lebenszusammenhangs, die multiplen sozialen Positionierungen von Frauen und schließlich Identitätsentwürfe jenseits des klassischen Frau-Seins oft unbeleuchtet blieben.

2.2 Differenzansatz und feministische Methodologiedebatten

Innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Frauenforschung entwickelte sich in den späten 1970er- und 1980er-Jahren ein zweiter Strang, dessen Kritik stärker auf wissenschaftsinhärerente blinde Flecken als auf gesellschaftliche Ungleichheitsverhältnisse zielte. Inhaltlich gingen Studien, die dem *Differenzansatz* zugeordnet werden, weiterhin von der Mann-Frau-Differenz aus, versuchten aber nun, die unter dem Gleichheitsparadigma oft unterbelichtete weibliche Lebensphäre differenzierter zu erfassen und positiv zu deuten (Klaus 2005, S. 51–58). Sie stellten weniger auf die (meist defizitäre) Positionierung von Frauen im Vergleich zu Männern ab, sondern auf die Vielfältigkeit des weiblichen Lebenszusammenhangs und Mediengebrauchs. In der Folge traten neben Kommunikatorinnen (z. B. Keil 2000) v. a. Rezipientinnen, ihre komplexen Geschlechtsidentitäten, variierenden (Geschlechter-) Rollen und die vielfältigen Lesarten von Medienangeboten stärker in den Vordergrund (exemplarisch Röser 1992, 2000; Röser et al. 2019). Methodisch implizierte das eine Schwerpunktverlagerung hin zu qualitativen Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung – z. B. zu (Tiefen-)Interviews, zu Gruppendiskussionen und zu Beobachtungen (siehe Methodenüberblicke von Wagner und Schönhagen 2021; Gehrau 2017), mit deren Hilfe individuelle Kommunikationserfahrungen und Subjektpositionierungen genau erfasst werden sollten. Zudem kamen qualitative textanalytischen Verfahren zum Einsatz, die auch Tiefenstrukturen von Medieninhalten und polyseme Botschaften zu identifizieren vermögen, wie z. B. hermeneutische Verfahren, Diskursanalysen und qualitative Inhaltsanalysen. Das dahinterstehende Anliegen war, soziale Realität (v. a. den weiblichen Lebenszusammenhang) in seinen eigenen Logiken zu erfassen und zu verstehen. Diese Vorgehensweise erinnert heute an die Methodologie der Grounded Theory (Pentzold et al. 2018), allerdings fokussierten die frühen Studien des Differenzansatzes stärker auf die Rekonstruktion von Einzelfällen, während spätere Studien mit (de-)konstruktivistischem Ansatz vermehrt auf Muster der Vergeschlechtlichung abzielten. Im europäischen Raum orientierten sich die Studiendesigns der geschlechtersensiblen Kommunikationsforschung zudem an den britischen Cultural Studies (McIntosh und Cuklanz 2014; Mendes und Carter 2008). Denn beide Forschungsstränge, Cultural Studies wie Studien unter Differenzparadigma, stellten die Bedeutung von Medien für weniger beachtete Bevölkerungsgruppen in den Mittelpunkt, fokussierten auf den Alltag und trennten – im Gegensatz zur medienpsychologisch geprägten kommunikationswissenschaftlichen Rezeptionsforschung – weniger zwischen Medieninhalt und seiner Wahrnehmung durch Rezipierende. Vielmehr steht das Zusammenspiel zwischen Produktion(sbedingungen), Medieninhalt und Rezeption im Zentrum

holistisch angelegter Medienanalysen der Cultural Studies (Bilandzic et al. 2015, S. 222–231; siehe auch Pickering 2008).

Im US-amerikanischen Raum hingegen arbeitete sich die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung stärker an standardisierten Methoden ab (Sprague und Zimmerman 1989) und versuchte, in diese komplexe Gender-Operationalisierungen zu integrieren – u. a. durch das In-Beziehung-Setzen von biologischem Geschlecht und Geschlechtsrollenorientierungen. Das geschah und geschieht beispielsweise mithilfe des (mehrfach überarbeiteten und übersetzten) Bem Sex Roles Inventory (1974) oder ähnlichen standardisierten Instrumenten bzw. Skalen, die v. a. innerhalb der (Medien-)Psychologie entwickelt worden sind (siehe z. B. den Überblick von Smiler und Epstein 2010 und als Anwendungsbeispiel Döring 2013). Grundsätzlich spielen in medienpsychologischen Studien zu geschlechtsspezifischen Rezeptionsweisen und Medienwirkungen standardisierte Befragungen im Experimentaldesign eine große Rolle (siehe Döring 2020 und zum Experiment an sich Koch et al. 2019), während Experimentanordnungen in anderen Bereichen der kommunikationswissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung äußerst rar sind.

Die inhaltliche Hinwendung zum weiblichen Lebenszusammenhang und Mediengebrauch wurde vorbereitet von einer substanzialen Methodologiedebatte innerhalb der sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung. Auch wenn die Protagonist*innen der Debatte überwiegend Soziolog*innen waren, wurde sie auch innerhalb der Kommunikationswissenschaft intensiv rezipiert (z. B. Drücke 2016). Die „Methodischen Postulate der Frauenforschung“ der Soziologin Maria Mies stellen hier einen viel zitierten Meilenstein dar. Mies plädierte 1978 in ihrem einflussreichen, mehrfach nachgedruckten Aufsatz für eine enge Verzahnung von Frauenforschung und Frauenbewegung: Parteilichkeit für und Solidarität mit Frauen sollten Antrieb, Emanzipation das Ziel von feministischer Forschung sein. Zudem vertrat Mies die These, dass speziell im Bereich der Frauenforschung Frauen immer zugleich Forschende und Betroffene seien und deshalb die Rolle von neutralen Beobachterinnen kaum einnehmen könnten. Um sich den tatsächlichen Lebensumständen von Frauen zu nähern, dürfe man keine Hierarchien zwischen Forschenden und Beforschten aufmachen, wie dies v. a. die anonymisierten standardisierten Verfahren täten.³ Quantitative Methoden wurden als herrschaftsstabilisierende Instrumente abgelehnt, für offene, qualitative Methoden wurde plädiert (Brück et al. 1992, S. 32–35; siehe auch Müller 2010).

Obgleich Mies‘ Prinzipien der Parteilichkeit und Betroffenheit auch innerhalb der soziologischen Frauenforschung relativiert und z. T. sogar abgelehnt wurden, leiteten sie doch eine grundsätzliche Debatte über den Autonomieanspruch von Wissenschaft gegenüber politischen Zielsetzungen ein, in deren Verlauf sowohl Entdeckungszusammenhang als auch Begründungszusammenhang von empirischer

³Siehe für eine ähnliche Debatte im US-amerikanischen Raum z. B. den Sammelband „Beyond Methodology“ von Fonow und Cook 1991 sowie die Monografien „Liberating Method“ von DeVault 1999 und „Feminism and Method“ von Naples 2003.

Forschung stärker thematisiert wurden (Sturm 2010, S. 405–406). Weiterhin dürfte die Auseinandersetzung mit Mies' Postulaten die Skepsis gegenüber standardisierten Methoden der empirischen Sozialforschung gefördert haben, zumindest entwickelte sich innerhalb der sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung eine Präferenz für qualitative Verfahren (Behnke und Meuser 1999, S. 15). Die „Passung“ (Ayaß 2006, S. 419) von qualitativen Methoden und Gender Studies, die Liesbet van Zoonen auch für die Kommunikationswissenschaft konstatierte (1994, S. 128), ist dem Umstand geschuldet, dass sich qualitative Verfahren besonders gut eignen, subtile Prozesse des „doing gender“ offenzulegen und deren multiple Kontexte zu berücksichtigen.

Die Affinität der kommunikationswissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung zu qualitativen Methoden (Drücke 2016, S. 577) spiegelt sich auch in Hand- und Lehrbüchern für qualitative Methoden, die im deutschsprachigen Raum erschienen sind. Sie integrieren zunehmend Kapitel zum theoretisch-methodologischen Input der Geschlechterforschung bzw. zur praktischen Methodenanwendung im Feld der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung (z. B. Ayaß 2006 in Ayaß und Bergmann 2006; Drücke 2016 in Averbeck und Meyen 2016; Lünenborg und Maier 2018 in Pentzold et al. 2018). Dies lässt sich für kommunikationswissenschaftliche Einführungsbücher in die standardisierten Methoden nicht konstatieren, wie auch der Mainstream der empirisch-standardisierten Sozialforschung der methodologischen Kritik der Frauen- und Geschlechterforschung oft skeptisch begegnete, sie ignorierte oder gar abwehrend reagierte. Die Skepsis bezog sich dabei nicht nur auf methodologische Kritik und Denkanstöße der frühen feministischen Frauenforschung, sondern gleichermaßen auf „postmoderne“, de facto poststrukturalistische Herangehensweisen (exemplarisch Schnell et al. 2008, S. 115–117), die seit den 1990er-Jahren die sozialwissenschaftliche Geschlechterforschung zunehmend prägten.

2.3 (De-)Konstruktivismus

Von den verschiedenen poststrukturalistischen Ansätzen reüssierte innerhalb der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft v. a. der Konstruktivismus, der ebenso wie der Dekonstruktivismus für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung prägend wurde (Drücke et al. 2017). Der (De-)Konstruktivismus (Klaus 2005) geht davon aus, dass Medien keine Spiegel sozialer Realität sein können (und steht damit dem Gleichheitsansatz der kommunikationswissenschaftlichen Frauenforschung diametral gegenüber). Er zielt darauf, Muster von Medienwirklichkeiten in den Fokus zu nehmen. Mit Blick auf Geschlecht interessiert, wie Zweigeschlechtlichkeit bzw. das „doing gender“ bei der Produktion, Präsentation und Aneignung von Medieninhalten (re-)produziert wird.

Für empirische Analysen bedeutet das zunächst, dass *kulturelle Manifestationen und Diskurse* daraufhin untersucht werden, wie mit Dualismen operiert, der Gegensatz von Männlichkeit und Weiblichkeit konstruiert und die dargestellte Realität damit vergeschlechtlicht wird. Dabei kommen verschiedene Formen der Diskursanalyse zum

Einsatz (siehe als Methodenüberblick z. B. Fraas und Pentzold 2016 und als Anwendungsbeispiel die Dekonstruktion des Internets als „männlich“ von Dorer 2001). Ebenso werden Inhaltsanalysen – quantitative wie qualitative – weiterhin genutzt (z. B. Kinnebrock und Knieper 2008), wobei die für eine Dekonstruktion notwendige Vielfalt der Perspektiven vermehrt über Methodentriangulation (d. h. Methodenkominationen) hergestellt wird. Methodentriangulation wurde z. B. in einer größer angelegten Studie zur medialen Darstellung weiblicher Führungskräfte (Lünenborg und Röser 2012) angewandt, die quantitative wie qualitative Inhaltsanalysen mit einer Bildanalyse (zur Methode der Bildanalyse siehe Grittman 2019) kombinierte und schließlich noch um Expertinneninterviews ergänzte. In ähnlicher Weise verband ein Projekt über „Migrantinnen in den Medien“ eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung mit einer Rezeptionsanalyse, um u. a. Intersektionalität, d. h. das Interagieren von Differenzkategorien wie Ethnizität und Geschlecht, herauszuarbeiten (Lünenborg et al. 2014). Der Erkenntniszugewinn von solchen multipel perspektivierten Studien liegt darin, dass ihre Designs Phänomene von unterschiedlichen Seiten beleuchten und damit nicht nur eine summarisch reflektierende, sondern auch eine *empirisch begründete* Dekonstruktion von a priori gesetzten Vorannahmen erlauben. Auch die Bedeutung der Kategorie Geschlecht kann so im Zusammenspiel mit anderen Differenzkategorien beleuchtet und ggf. relativiert werden.

Weiterhin fokussieren Studien, die sich dem (De-)Konstruktivismus in seiner Ausprägung als Interaktionistischer Konstruktivismus (Degele 2008) zuordnen lassen, auf *menschliches Handeln*, wobei genauer analysiert wird, wie dadurch Geschlecht dar- und hergestellt wird („doing gender“). Als handelnde Personen können dabei sowohl Kommunikator*innen im Bereich der Medienproduktion im Zentrum stehen als auch Mediennutzer*innen samt ihrer Rezeptionsweisen und schließlich auch sog. Produser*innen, die v. a. in Sozialen Medien Inhalte gleichermaßen produzieren und nutzen.

In der (de-)konstruktivistischen Kommunikator*innenforschung kommen vermehrt hoch-qualitative Befragungsformen zum Einsatz – z. B. narrative oder biographische Interviews. Sie zielen auf die Erhebung von individuellen und situationsspezifischen Erfahrungen, versuchen aber gleichzeitig deren Schilderungen entlang gängiger Erzähl- und Deutungsmuster (z. B. dualistische Identitätsbeschreibungen) zu dekonstruieren (z. B. Lünenborg 1997; Lünenborg und Maier 2018). Diesen Ansatz verfolgen auch Studien, die entweder (geschlechtsspezifische) Berufserfahrungen retrospektiv mittels Oral History erfragen und in der jeweiligen Zeit, in der sie gemacht wurden, verorten (z. B. Klaus et al. 1993) oder mittels historisch-hermeneutischer Analysen von Ego-Dokumenten vergangene Erfahrungen mit dem Gendering im jeweiligen Berufsfeld rekonstruieren (z. B. Klaus und Wischermann 2013; Kinnebrock et al. 2014).

Im Bereich des Medienhandelns von Rezipient*innen wird analysiert, wie Geschlecht im Alltag dar- und hergestellt wird und sich dadurch auf gesellschaftlicher Ebene binäre Geschlechtsidentitäten verfestigen – oder ggf. auch durch widerspenstiges „undoing gender“ auflösen. Die Muster der Dualisierung und Vergeschlechtlichung werden dabei in der Regel mit situations- und kontextsensiblen qualitativen Verfahren der Befragung bzw. Gruppendiskussion und Beobachtung analysiert.

Das heißt, dass sich die methodischen Präferenzen von Studien mit Differenzansatz und (De-)Konstruktivismus ähneln, doch unterscheiden sie sich hinsichtlich ihrer Perspektiven auf die Untersuchungsgegenstände und der Art und Weise, wie (die gleichen) Methoden eingesetzt werden. Geschlecht als Analysekategorie kommt nicht mehr allein zentrale Bedeutung zu. Zusätzliche Differenzkategorien (darunter Sexualität/Begehrten und damit verbunden individuelle Erfahrungen mit Heteronormativität) sowie Kontextspezifika werden in Studien der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechter- und Queerforschung berücksichtigt, um die Bedeutung von (Geschlechter-)Identitäten für das Medienhandeln noch differenzierter analysieren zu können (z. B. Bechdolf 1999; Dorer 2008; Duits und van Zoonen 2011). Dabei gewinnen komplexe und kontextsensible ethnomethodologische Verfahren zunehmend an Bedeutung (siehe auch den Beitrag von Sigrid Kannengießer 2019). Ebenso ist die Methode der Erinnerungsarbeit, die darüber hinaus feministisch-emanzipatorischen Potenzial entfalten kann, hier einzuordnen (Haug und Hipfl 1995; Hipfl 2021).

Wie schon zuvor auf die feministische Methodologiekritik reagierte der Mainstream der standardisiert vorgehenden empirischen Sozialwissenschaft teilweise skeptisch auf die (de-)konstruktivistische Wende in der Geschlechterforschung. Die Reaktionen reichen von einer fundamentalen Verkennung der Erkenntnispotenziale qualitativer Verfahren (Schnell et al. 2008, S. 115) bis hin zu einem Übersehen von feministischer Methodologiekritik. Es fällt zumindest auf, dass kommunikationswissenschaftliche Einführungsbücher zu standardisierten Methoden kaum thematisieren, wo feministische Kritik ansetzt und welche Erhebungs- und Analyseverfahren im Rahmen von Geschlechterstudien weiterentwickelt wurden (z. B. Klammer 2005; Scheufele und Engelmann 2009; Möhring und Schlütz 2013; Brosius et al. 2015). Daraus lässt sich schließen, dass die Methodologiedebatten der Geschlechterforschung kaum Einfluss auf den kommunikationswissenschaftlichen Diskurs zu standardisierten Methoden genommen haben. Umgekehrt ist aber auch eine vergleichsweise geringe Beschäftigung der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechter- und aktuell Queerforschung mit standardisierten Methoden und ihren Logiken festzustellen (Kinnebrock et al. 2012; Browne und Nash 2016, S. 11), obgleich neue multivariate Analyseverfahren durchaus Potenziale bergen, das biologische Geschlecht im Analyseprozess hinzanzustellen und die Dekonstruktion bestehender Differenzkategorien zu unterstützen, indem sie z. B. multiple Identitäten mithilfe von empirisch vorfindbaren Attributbündeln abbilden. Das heißt, auch mit standardisierten Methoden lässt sich jenseits des Mann-Frau-Dualismus arbeiten und damit „sex“ wie „gender“ hinterfragen (z. B. Kinnebrock 2012).

3 Ausblick: Neue Methoden in der Kommunikationswissenschaft

Im Zuge der Mediatisierung hat sich Kommunikation zunehmend auf digitale Kanäle verlagert – auf digitale Plattformen der beruflichen Zusammenarbeit, Soziale Netzwerke oder Mediatheken, die „klassische“ Medienangebote digital zugänglich

machen. In vielen Bereichen der Kommunikationswissenschaft sind Online-Erhebungen und die Analyse digitaler Kommunikate inzwischen die Regel. Dabei werden standardisierte und qualitative Methoden der empirischen Kommunikationsforschung nicht nur adaptiert für Online-Bedingungen (siehe den Überblick von Welker 2018), sondern es kommen auch neue Erhebungsverfahren und Analysemethoden hinzu. Im Bereich der Erhebung sind neuartige Daten entstanden: Logfile-Analysen zeichnen Online-Nutzung sekundengenau nach, Kommunikationsbeziehungen werden mit Netzwerkanalysen erfasst, Mobilität mit Geotagging erhoben, Körperfunktionen in digitale Körperdaten transformiert, und schließlich lassen sich Medien- und Kommunikationsinhalte, die im Netz lagern, automatisiert abschöpfen. Damit entstehen Konvolute unterschiedlichster Daten, für die adäquate Interpretationsroutinen erst noch entwickelt werden müssen. Das fängt bei der Reflexion der (zuweilen unklaren) Entstehungsbedingungen dieser neuartigen Datenkonvolute an, umfasst den Umgang mit der Verschiedenartigkeit der Datengrundlagen (die eben nicht nur text- und bildbasiert sind) und erfordert schließlich – schon allein aufgrund der ansonsten kaum bewältigbaren Datenmengen – den Einsatz neuartiger Analyseverfahren (siehe Rogers 2013; Atteveldt und Peng 2021). Beim Textmining beispielsweise werden menschliche, automatisierte oder algorithmische Codierungen kombiniert, um schließlich Sinnstrukturen in großen Textmengen offenzulegen (siehe Manderscheid 2019). Auffallend ist, dass Geschlechteraspekte in diesen neuen kommunikationswissenschaftlichen Methodenfeldern bislang noch eine geringe Rolle spielen – weder als theoretische Ausgangspunkte von Studien noch bei der Debatte methodenimmanenter Problematiken. Mit Blick darauf, dass algorithmisch hergestellte Information durchaus in der Kritik steht, Ungleichverhältnisse zu verstärken (Leavy 2018; O’Neil 2016), tut sich hier für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung ein neues Arbeitsfeld auf – sowohl was inhaltliche Aspekte als auch Methodeninnovation anbelangt.

4 Fazit

Die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung hat sich, was die Wahl ihrer Methoden anbelangt, nicht einfach in den kommunikationswissenschaftlichen Methodenkanon eingereiht, sondern schon sehr früh eigenständige methodologische Perspektiven und Kritik formuliert. Dem Anspruch auf Allgemeingültigkeit und Geschlechtsneutralität empirisch gewonnener Aussagen hat sie zunächst Forschungen entgegengesetzt, die Unterschiede zwischen Frauen und Männern, was ihr Medienhandeln und ihre Repräsentanz in Massenmedien anbelangt, v. a. mithilfe standardisierter Inhaltsanalysen und Befragungen dokumentierten. Spätestens mit dem Differenzansatz entwickelte sich eine Präferenz für qualitative Verfahren, die geeigneter erschienen, individuelle Kommunikationserfahrungen von Frauen, ihre Subjektpositionierungen und differenten Lesarten zu erfassen. Mit dem (De-)Konstruktivismus trat schließlich der Blick auf Muster des alltäglichen „doing gender“ und auf die Vergeschlechtlichungstendenzen in medialen Darstellungen in den Vordergrund. Mithilfe von Methodentriangulation konnten zudem weitere

Differenzkategorien erfasst, Geschlecht mit ihnen in Bezug gesetzt und damit zuweilen auch relativiert werden. Insgesamt bleibt für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung die Vielfältigkeit der methodischen Zugänge kennzeichnend, stammen sie nun aus dem Bereich der standardisierten Methoden, der qualitativen Methoden oder auch der neuen digitalen Methoden.

Literatur

- Althoff, Martina, Mechthild Bereswill, und Birgit Riegraf. 2017. *Feministische Methodologien und Methoden: Traditionen, Konzepte, Erörterungen*, 2., erw. und Ak. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Atteveldt van, Wouter. 2021. In *Computational methods for communication science*, Hrsg. Tai-Quan Peng. New York: Routledge.
- Averbeck-Lietz, Stefanie, und Michael Meyen, Hrsg. 2016. *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Ayaß, Ruth. 2006. Gender Studies. In *Qualitative Methoden der Medienforschung*, Hrsg. Ruth Ayaß und Jörg Bergmann, 406–422. Reinbek: Rowohlt.
- Ayaß, Ruth, und Jörg Bergmann, Hrsg. 2006. *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Reinbek: Rowohlt.
- Bechdolf, Ute. 1999. *Puzzling Gender: Re- und Dekonstruktion von Geschlecht im und beim Musikfernsehen*. Weinheim: Deutscher Studienverlag.
- Behnke, Cornelia, und Michael Meuser. 1999. *Geschlechterforschung und qualitative Methoden*. Opladen: Leske und Budrich.
- Bem, Sandra L. 1974. The measurement of psychological androgyny. *Journal of Counseling & Clinical Psychology* 42(2): 155–162.
- Bilandzic, Helena, Holger Schramm, und Jörg Matthes. 2015. *Medienrezeptionsforschung*. Konstanz/München: UVK.
- Browne, Kath, und Catherine J. Nash. 2016. Queer methods and methodologies: an introduction. In *Queer methods and methodologies: intersecting queer theories and social science research*, Hrsg. Kath Browne und Catherine J. Nash, 1–23. London: Routledge.
- Brosius, Hans-Bernd, Alexander Haas, und Friederike Koschel. 2015. *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung*, 7. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Brück, Brigitte, Heike Kahlert, Marianne Krüll, Helga Milz, Astrid Osterland, und Ingeborg Wegehaupt-Schneider. 1992. *Feministische Soziologie: Eine Einführung*. Frankfurt a. M./New York: Campus.
- Capecchi, Saveria. 2014. Methodological problems in gender and media research. *Quality and Quantity* 48(2): 837–844.
- Degele, Nina. 2008. *Gender/Queer Studies*. Paderborn: Wilhelm Fink/UTB.
- Dervin, Brenda. 1987. The potential contribution of feminist scholarship to the field of communication. *Journal of Communication* 37(4): 107–120.
- DeVault, Marjorie L. 1999. *Liberating method: feminism and social research*. Philadelphia: Temple University Press.
- Döring, Nikola. 2013. Zur Operationalisierung von Geschlecht im Fragebogen: Probleme und Lösungsansätze aus Sicht von Mess-, Umfrage-, Gender- und Queer-Theorie. *Gender – Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft* 5(2): 94–113.
- Döring, Nikola. 2020. Psychologische Zugänge zu Medien und Geschlecht: Medienpsychologie und Sozialpsychologie. In *Handbuch Medien und Geschlecht*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_32-1.
- Dorer, Johanna. 2001. Internet und Geschlecht: Berufliche und private Anwendungspraxen der neuen Technologie. In *Gender Studies und Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Elisabeth Klaus, Jutta Röser, und Ulla Wischermann, 241–266. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Dorer, Johanna. 2008. Geschlechterkonstruktion im Prozess der Rezeption politischer Berichterstattung. In *Medien – Politik – Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, und Regina Köpl, 172–187. Wiesbaden: VS.
- Drücke, Ricarda. 2016. Gender und Medien als Gegenstand qualitativer Forschung in der Kommunikationswissenschaft. In *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen, 573–585. Wiesbaden: Springer VS.
- Drücke, Ricarda, Elisabeth Klaus, und Martina Thiele. 2017. Eine Genealogie des Konstruktivismus in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 65(2): 219–235.
- Duits, Linda, und Liesbet van Zoonen. 2011. Coming to terms with sexualization. *European Journal of Cultural Studies* 14(5): 491–506.
- Ehlers, Sarah, und Karin Zachmann, Hrsg. 2019. *Wissen und Begründen: Evidenz als umkämpfte Ressource in der Wissensgesellschaft*. Baden-Baden: Nomos.
- Fleck, Ludwik. 1980 [1935]. *Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache: Einführung in die Lehre vom Denksstil und Denkkollektiv*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Fonow, Mary M., und Judith A. Cook, Hrsg. 1991. *Beyond methodology: Feminist scholarship as lived research*. Bloomington und Indianapolis: Indiana University Press.
- Fraas, Claudia, und Christian Pentzold. 2016. Diskursanalyse in der Kommunikationswissenschaft. In *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen, 227–240. Wiesbaden: Springer VS.
- Freise, Heinrich, und Jochen Draht. 1977. *Die Rundfunkjournalistin*. Berlin: Volker Spiess.
- Fröhlich, Romy, B. Sonja, und Peters und Eva-Maria Simmelbauer. 2005. *Public Relations: Daten und Fakten der geschlechtsspezifischen Berufsforschung*. München/Wien: Oldenbourg.
- Gehrau, Volker. 2017. *Die Beobachtung als Methode in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*, 2. Aufl. Konstanz: UVK/UTB.
- Gildemeister, Regine, und Angela Wetterer. 1992. Wie Geschlechter gemacht werden: Die soziale Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In *Traditionen, Brüche: Entwicklung feministischer Theorie*, Hrsg. Gudrun-Axeli Knapp und Angelika Wetterer, 201–254. Freiburg: Kore.
- Goel, Urmila. 2021. Intersektional Forschen – kontextspezifisch, offen, selbst-reflexiv. In *Handbuch Intersektionalitätsforschung*, Hrsg. Astrid Biele Mefebue, Andrea Bührmann, und Sabine Grenz. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26613-4_16-1.
- Gouma, Assimina, und Johanna Dorer. 2019. Intersektionalität: Methodologische und methodische Herausforderung für die feministische Medienforschung. In *Handbuch Medien und Geschlecht*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_81-1.
- Grittmann, Elke. 2019. Methoden der Medienbildanalyse in der Visuellen Kommunikationsforschung: Ein Überblick. In *Handbuch Visuelle Kommunikation*, Hrsg. Katharina Lobinger, 527–546. Wiesbaden: Springer VS.
- Haraway, Donna. 1988. Situated knowledges: the science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies* 14(3): 575–599.
- Harding, Sandra. 1987. Introduction: Is there a feminist method? In *Feminism and methodology*, Hrsg. Sandra Harding, 1–14. Bloomington: Indiana University Press.
- Haug, Frigga, und Brigitte Hipfl, Hrsg. 1995. *Sündiger Genuss? Filmerfahrungen von Frauen*. Hamburg: Argument.
- Hipfl, Brigitte. 2021. Kollektive Erinnerungsarbeit – ein partizipativer, kritischer Forschungsansatz. In *Handbuch Medien und Geschlecht*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_15-1.
- Honegger, Claudia, und Caroline Arni, Hrsg. 2001. *Gender: Die Tücken einer Kategorie*. Zürich: Chronos.
- Kannengießer, Siegrid. 2019. Ethnographische Forschung. In *Handbuch Medien und Geschlecht*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_16-1.

- Keil, Susanne. 2000. *Einsame Spitze? Frauen in Führungspositionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk*. Lit: Münster.
- Keuneke, Susanne, Markus Kriener, und Miriam Meckel. 1997. Von Gleichen und Ungleichen. Frauen im Journalismus. *Rundfunk und Fernsehen* 45(1): 30–45.
- Kinnebrock, Susanne. 2012. Puzzling gender differently? A comparative study of newspaper coverage in Austria, Germany and Switzerland. *Interactions: Studies in Communication & Culture* 2(3): 197–208.
- Kinnebrock, Susanne, Elisabeth Klaus, und Ulla Wischermann. 2014. GrenzgängerInnen als terra incognita der KommunikatorInnenforschung? Zum Potenzial von Autobiographien für die historische Berufsfeldforschung. *medien & Zeit* 29(4): 5–15.
- Kinnebrock, Susanne, und Thomas Knieper. 2008. Männliche Angie und weiblicher Gerd? Visuelle Geschlechter- und Machtkonstruktionen auf Titelseiten von politischen Nachrichtenmagazinen. In *Frauen, Politik und Medien*, Hrsg. Christine Holtz-Bacha, 83–103. Wiesbaden: VS.
- Kinnebrock, Susanne, Sarah Stommel, und Eva Dickmeis. 2012. Gender: Methodologische Überlegungen zu den Tücken einer Kategorie. In *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung: Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung*, Hrsg. Tanja Maier, Martina Thiele, und Christine Linke, 81–97. Bielefeld: transcript.
- Klammer, Bernd. 2005. *Empirische Sozialforschung: Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten*. Konstanz: UVK/UTB.
- Klaus, Elisabeth. 2005. *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung: Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Aktualisierte und korrigierte Neuauflage. Münster/Hamburg: Lit.
- Klaus, Elisabeth, Angela Engler, Alexa Godbersen, Annette Lehrmann, und Anja Meyer, Hrsg. 1993. *Medienfrauen der ersten Stunde: „Wir waren ja Trümmerfrauen in diesem Beruf“*. Zürich und Dortmund: eFeF-Verlag.
- Klaus, Elisabeth, und Ulla Wischermann. 2013. *Journalistinnen: Eine Geschichte in Biographien und Texten 1848–1990*. Münster: Lit.
- Koch, Thomas, Christina Peter, und Philipp Müller. 2019. *Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft. Grundlagen, Durchführung und Auswertung experimenteller Forschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Küchenhoff, Erich. 1975. *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kuhn, Thomas S. 1962. *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Leavy, Susan. 2018. Gender bias in artificial intelligence: the need for diversity and gender theory in machine learning. *GE18: Proceedings of the 1st International Workshop on Gender Equality in Software Engineering*: 14–16.
- Leinfellner, Christine. 1983. *Das Bild der Frau im TV*. Salzburg: Neugebauer.
- Lünenborg, Margreth. 1997. *Journalistinnen in Europa: Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, Margreth, und Tanja Maier. 2018. Interviews als Form der Produktionsanalyse. Ein Praxiseinblick in die Forschung im Kontext der Gender Media Studies. In *Praxis Grounded Theory: Theoriebezogenes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, Hrsg. Christian Pentzold, Andreas Bischof, und Nele Heise, 169–189. Wiesbaden: Springer VS.
- Lünenborg, Margreth, Christine Linke, Lisa Konrad, Katharina Fritzsche, und Stefan Flecke. 2014. Geschlecht und Ethnizität in audiovisuellen Medien. Methodologische und methodische Herausforderungen intersektionaler Medieninhaltsanalyse. In *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung: Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung*, Hrsg. Tanja Maier, Martina Thiele, und Christine Linke, 99–114. Bielefeld: transcript.

- Lünenborg, Margreth, und Jutta Röser, Hrsg. 2012. *Ungleich mächtig: Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation*. Bielefeld: transcript.
- McIntosh, Heather, und Lisa Cuklanz. 2014. Feminist media research. In *Feminist research practice: a primer*, Hrsg. Sharlene Nage Hesse-Biber, 2. Aufl., 264–295. Los Angeles: Sage.
- Magin, Melanie, und Birgit Stark. 2010. Mediale Geschlechterstereotype: Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. *Publizistik* 55(4): 383–404.
- Manderscheid, Katharina. 2019. Text Mining. In *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, Hrsg. Nina Baur und Jörg Blasius. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_79.
- Mertlitsch, Kristin. 2019. Feministische Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie. In *Handbuch Medien und Geschlecht*, Hrsg. Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_12-1.
- Mendes, Kaitlynn, und Cynthia Carter. 2008. Feminist and gender media studies: a critical overview. *Sociology Compass* 2(6): 1701–1718.
- Metz-Göckel, Siegrid. 2019. Frauenhochschulbewegung: Selbstermächtigung und Wissenschaftskritik. In *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*, Hrsg. Beate Kortendiek, Birgit Riegraf, und Katja Sabisch, 1033–1042. Wiesbaden: Springer VS.
- Mies, Maria. 1978. Methodische Postulate zur Frauenforschung – dargestellt am Beispiel der Gewalt gegen Frauen. *Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis* 1(1): 41–63.
- Möhring, Wiebke, und Daniela Schlütz, Hrsg. 2013. *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Müller, Christa. 2010. Parteilichkeit und Betroffenheit: Frauenforschung und politische Praxis. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. 3., erw. u. durchgeseh. Aufl. Hrsg. Ruth Becker und Beate Kortendiek, 340–343. Wiesbaden: VS.
- Naples, Nancy A. 2003. *Feminism and method: ethnography, discourse analysis and activist research*. New York/London: Routledge.
- Neverla, Irene, und Gerda Kanzleiter. 1984. *Journalistinnen: Frauen in einem Männerberuf*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Oakley, Ann. 1998. Gender, methodology and people's ways of knowing: some problems with feminism and the paradigm debate in social science. *Sociology* 32(4): 707–731.
- O'Neil, Cathy. 2016. *Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy*. New York: Crown Archetype.
- Pentzold, Christian, Andreas Bischof, und Nele Heise, Hrsg. 2018. *Praxis Grounded Theory: Theoriebezogenes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Wiesbaden: Springer VS.
- Pickering, Michael, Hrsg. 2008. *Research methods for cultural studies*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Pfannes, Petra. 2004. *Powerfrau, Quotenfrau, Ausnahmefrau ...? Die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse*. Marburg: Tectum.
- Prommer, Elizabeth, und Christine Linke. 2019. *Ausgeblendet: Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Köln: Halem.
- Rakow, Lana F. 1986. Rethinking gender research in communication. *Journal of communication* 36(4): 11–26.
- Röser, Jutta. 1992. *Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang: Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Röser, Jutta. 2000. *Fernsehgewalt im gesellschaftlichen Kontext: Eine Cultural Studies-Analyse über Medienaneignung in Dominanzverhältnissen*. Wiesbaden: VS.
- Röser, Jutta, Kathrin Friederike Müller, Stephan Niemand, und Ulrike Roth, Hrsg. 2019. *Das mediatisierte Zuhause im Wandel: Eine qualitative Panelstudie zur Verhäuslichung des Internets*. Wiesbaden: Springer VS.
- Rössler, Patrick. 2017. *Inhaltsanalyse*, 3., völlig überarb. Aufl. Konstanz: UVK/UTB.

- Rogers, Richard. 2013. *Digital methods*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Schnell, Rainer, Paul Hill, und Elke Esser. 2008. *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 8., unveränd. Aufl. München/Wien: Oldenbourg.
- Scheufele, Bertram, und Ines Engelmann. 2009. *Empirische Kommunikationsforschung*. Konstanz: UVK/UTB.
- Scholl, Armin. 2018. *Die Befragung*, 4., bearb. Aufl. Konstanz: UVK/UTB.
- Smiler, Andrew P., und Marina Epstein. 2010. Measuring gender: Options and issues. In *Handbook of gender research in psychology*, Hrsg. Joan C. Crisler und Donald R. McCreary, 133–157. New York: Springer.
- Sprague, Joey, und Mary K. Zimmerman. 1989. Quality and quantity: Reconstructing feminist methodology. *The American Sociologist* 20(1): 71–86.
- Sturm, Gabriele. 2010. Forschungsmethodologie: Vorüberlegungen für eine Evaluation feministischer (Sozial-)Forschung. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. 3., erw. u. durchgeseh. Aufl. Hrsg. Ruth Becker und Beate Kortendiek, 400–408. Wiesbaden: VS.
- Tuchman, Gaye. 1978. *The symbolic annihilation of women by the mass media*. In *Hearth and home: Images of women in mass media*, Hrsg. Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels, und James W. Benet, 3–38. Oxford: Oxford University Press.
- Wagner, Hans, und Philomen Schönhagen, Hrsg. 2021. *Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft*. Baden-Baden: Nomos.
- Weiderer, Monika. 1995. *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen: Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTLplus*, 2. Aufl. Regensburg: Roderer.
- Welker, Martin. 2018. Computer- und onlinegestützte Methoden für die Untersuchung digitaler Kommunikation. In *Handbuch Online-Kommunikation*, Hrsg. Wolfgang Schweiger und Klaus Beck. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18017-1_21-1.
- Wischermann, Ulla. 2018. Frauen- und Geschlechterforschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In *Kommunikationswissenschaftliche Gender Studies: Zur Aktualität kritischer Gesellschaftsanalyse*, Hrsg. Ricarda Drücke, Elisabeth Klaus, Martina Thiele, und Julia Elena Goldmann, 57–75. Bielefeld: transcript.
- Zoonen, Lisbet van. 1994. *Feminist media studies*. London: Sage.