

# Gender – Methodologische Überlegungen zu den Tücken einer Kategorie

*Susanne Kinnebrock, Eva Dickmeis & Sarah Stommel*

## 1 Gender als tückische analytische Kategorie

*Gender – die Tücken einer Kategorie* – so lautet der Titel eines Sammelbandes, der sich mit Joan W. Scotts Überlegungen zur Problematik des Begriffs Gender auseinandersetzt (Honegger/Arni 2001). Scott, eine frühe Konstruktivistin in der Geschichtswissenschaft und Verfasserin des wegweisenden Aufsatzes *Gender. A Useful Category of Historical Analysis* (1986), hat sich in ihrem Spätwerk sehr kritisch mit dem Nutzen der analytischen Trennung von Sex und Gender auseinandergesetzt. Gender, so argumentiert Scott, sei „nicht mehr die nützliche Kategorie, die sie einmal war“ (Scott 2001: 42). Im Zuge der Konzentration auf die Wandelbarkeit des sozial-kulturellen Geschlechts (Gender) sei das biologische Geschlecht (Sex) von den Geistes- und Sozialwissenschaften vernachlässigt worden. Die Körper, auf denen soziale Konstruktionen aufbauen, habe man den Naturwissenschaften als Forschungsdomäne überlassen und damit auch die Definitionsmacht, was unter biologischem Geschlecht zu verstehen sei. Dadurch hätten sich im (populär)wissenschaftlichen Diskurs v.a. evolutionsbiologische Positionen durchsetzen können, die allerdings die Konstruiertheit des biologischen Geschlechts weitgehend ausblendeten (vgl. Scott 2001). Was den Konstrukt-Charakter des biologischen Geschlechts anbelangt, so nimmt Scott eine Position ein, die der von Judith Butler (1991) nicht unähnlich ist. Aber Scott löst Sex nicht in Gender auf, sondern vertritt die These, dass das biologische und das soziale Geschlecht als komplex miteinander verflochtene Wissenssysteme begriffen werden müssen (vgl. Löchel 2001).

Geschlecht ist aber nicht nur im Rahmen theoretischer Auseinandersetzungen eine ‚tückische‘ Kategorie. Auch der Umgang mit Geschlecht in der empirischen Forschung, letztlich die Operationalisierung der Kategorien Sex und Gender, stellt die empirische Sozial- und Kommunikationsforschung vor beträchtliche Herausforderungen. Im Folgenden wollen wir deshalb Überlegungen anstellen, wie sich Sex-Gender-Differenzen in der empirischen Forschung umsetzen lassen. Dabei stehen weniger die qualitativen, sondern vor allem die standardisierten empirischen Verfahren im

Zentrum unserer Ausführungen. Mithilfe unserer Überlegungen versuchen wir Wege aufzuzeigen, mit einem grundlegenden Dilemma der empirischen Geschlechterforschung produktiv umzugehen – nämlich mit dem Problem, dass man am Anfang von standardisierten Untersuchungen Kategorisierungen vornehmen muss, v.a. auch entlang des biologischen Geschlechts. Einmal gesetzt, durchziehen diese Kategorisierungen die ganze Forschung. In der Folge wird genau das, was eigentlich hinterfragt werden sollte, die grobe, biologisch begründete Geschlechterdifferenz Mann-Frau, zwangsweise reproduziert (siehe hierzu auch Gildemeister/Wetterer 1992 und Buchen 2004).

## 2 Biologisches und sozial-kulturelles Geschlecht in der empirischen Medienforschung

Mit Blick auf die empirische Frauen- und Geschlechterforschung innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft lassen sich methodische Präferenzen ausmachen. Legt man zur Verortung empirischer Studien Elisabeth Klaus' (2005) Unterscheidung von drei Paradigmen zugrunde (1. Repräsentanz- oder Gleichheitsansatz der (frühen) Frauenforschung, 2. Differenzansatz und 3. (De-) Konstruktivismus der Genderforschung), dann ergeben sich je nach paradigmatischer Orientierung unterschiedliche methodische Ausrichtungen.

Bei der Analyse von Medienangeboten gehen Studien in der Tradition des Repräsentanz- oder Gleichheitsansatzes in der Regel davon aus, dass Medienwirklichkeit und Realität in Deckung gebracht werden können. Kommt es zu Abweichungen zwischen der medialen Darstellung v.a. von Frauen im Vergleich zur sozialen Realität, dann können in der Logik dieses Paradigmas diese Abweichungen als Diskriminierung interpretiert werden. Der Erfassung der ‚verzerrten‘ Medienbilder dienen v.a. quantitative Inhaltsanalysen. Mit ihrer Hilfe werden verallgemeinerbare Aussagen gewonnen, i.d.R. werden Marginalisierung und Trivialisierung von Frauen nachgewiesen (vgl. exemplarisch Gallagher 2010; Pfannes 2004; Weiderer 1995). Bezogen auf die Kategorie Geschlecht ist festzuhalten, dass Studien in dieser Tradition in der Regel mit dem biologischen Geschlecht operieren. Ähnliches gilt für standardisierte Befragungen im Bereich der Kommunikatorforschung (vgl. z.B. Weischenberg et al. 2006; Kaltenbrunner et al. 2007: 115-132; Kaltenbrunner et al. 2008: 75-96; Schwenk 2006) sowie der Mediennutzungsforschung. Vor allem die kontinuierlichen Erhebungen zum Mediennutzungsverhalten, präsentieren ihre Ergebnisse entlang des biologischen Geschlechts, wenn Befunde über Frauen jenen über Männer gegenüber gestellt werden. Exemplarisch seien hier die *Langzeitstudie Massenkommunikation* oder die alljährliche *ARD/ZDF-Onlinestudie* erwähnt.

Epistemologisch betrachtet, steht dem Gleichheitsansatz der (De-)Konstruktivismus diametral gegenüber. Denn der (De-)Konstruktivismus geht davon aus, dass Medien keine Spiegel sozialer Realität sein können. Es geht primär darum, Muster von Medienwirklichkeiten in den Fokus zu nehmen. Und ein zentrales Muster ist die diskursive Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit bzw. das *doing gender* bei Produktion, Präsentation und Rezeption von Medieninhalten. In (de-)konstruktivistisch angelegten empirischen Studien werden v.a. kulturelle Manifestationen und Diskurse darauf untersucht, wie mit Dualismen operiert wird. Die Frage, wie der Gegensatz von Männlichkeit und Weiblichkeit kulturell (re)produziert wird – sei es bei der Präsentation von Personen, aber auch bei der Darstellung gänzlich anderer Sachverhalte – steht im Zentrum. Die Muster der Dualisierung und Vergeschlechtlichung interessieren, wobei dies vor allem mithilfe vertiefender Analysen einzelner Diskurse und ihrer Kontexte geschieht. Das heißt, es kommen primär qualitative Methoden zum Tragen, wie z.B. verschiedene Formen der Diskursanalyse zur Erfassung medialer Inhalte oder auch kontextsensible ethnomethodologische Verfahren, um die Integration von Medien in den Alltag zu erheben.

Eine Präferenz der (de)konstruktivistischen Genderforschung für qualitative empirische Verfahren ist klar erkennbar (vgl. auch Behnke/Meuser 1999: 15), wobei ein Grund dafür sein könnte, dass die Infragestellung von Common-Sense-Vorstellungen wie die der ‚natürlichen‘ Zweigeschlechtlichkeit erheblich einfacher mit qualitativen Verfahren zu bewerkstelligen ist. Denn sie gehen i.d.R. von der Fremdheit der untersuchten (Medien) Wirklichkeit aus (vgl. Ayaß 2006: 419). Darüber hinaus eignen sich qualitative Verfahren gut, subtile Prozesse des *doing gender* offenzulegen und deren multiple Kontexte zu berücksichtigen.

Jedenfalls hat die Skepsis gegenüber standardisierten Methoden innerhalb der feministisch inspirierten Sozialforschung eine gewisse Tradition, die im Folgenden skizziert werden soll.

### **3 Entwicklung methodologischer Debatten in der und über die sozialwissenschaftliche Frauen- und Geschlechterforschung**

In der Methodologiedebatte der sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung stellen die methodischen Postulate der Frauenforschung von Maria Mies 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 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. Quantitative Methoden wurden als herrschaftsstabilisierende Instrumente abgelehnt, für offene, qualitative Methoden wurde plädiert (vgl. Brück et al. 1992: 32-35; siehe auch Müller 2010).

Obgleich Mies' Prinzipien der Parteilichkeit und Betroffenheit auch von FrauenforscherInnen relativiert und z.T. sogar abgelehnt wurden, leiteten sie doch eine verstärkte Auseinandersetzung mit dem Autonomieanspruch von Wissenschaft gegenüber politischen Zielsetzungen ein, in deren Verlauf sowohl Entdeckungszusammenhang als auch Begründungszusammenhang von Forschung stärker thematisiert wurden (vgl. Sturm 2010: 405f.). Weiterhin dürfte die Debatte um Mies' Postulate die Grundskepsis den klassischen, v.a. standardisierten Methoden der empirischen Sozialforschung gegenüber bestärkt haben. Denn trotz einer lebhaften Diskussion von Methoden- und Methodologiefragen innerhalb der Genderforschung blieb eine Präferenz für qualitative Verfahren bestehen (vgl. Behnke/Meuser 1999: 15).

Die traditionelle empirische Sozialforschung mit Präferenz für standardisierte Verfahren begegnete der methodologischen Kritik der Frauen- und Genderforschung mit wenig Offenheit, ignorierte sie oder reagierte abwehrend. Die Skepsis bezog sich dabei nicht nur auf methodologische Anstöße aus der feministischen Frauenforschung, sondern gleichermaßen auf (de-)konstruktivistische Herangehensweisen der Geschlechterforschung. Ein in seiner Drastik und Explizitheit bemerkenswertes Beispiel liefern Rainer Schnell et al. (2008: 115-117):

„Bei sogenannten ‚postmodernen‘ Ansätzen lassen sich zumeist keinerlei – ernstgemeinte – empirische Aussagen finden ... Damit fallen ‚postmoderne‘ Texte aus dem, was üblicherweise ‚Wissenschaft‘ genannt wird, heraus. [...] Bei ‚feministischen Ansätzen‘ handelt es sich zwar teilweise um empirische Beschreibungen gesellschaftlicher Verhältnisse, diese Beschreibungen werden aber mit Werturteilen und politischen Strategien vermischt [...] Theoretische Aussagen im Sinne von ‚Wenn-Dann-Sätzen‘ oder Allsätzen sind jedoch selten zu identifizieren. Damit handelt es sich bei ‚feministischen Ansätzen‘ nicht um Theorien im Sinne der analytischen Wissenschaftstheorie. [...] Gütekriterien [von Datenerhebungs- und Datenanalysemethoden] sind [...] in keiner Weise ‚geschlechtsabhängig‘. [...] Bei ‚feministischen Ansätzen‘ handelt es sich also weder um eine eigenständige wissenschaftstheoretische Position, noch um eine inhaltliche Theorie (also kein ‚Paradigma‘), noch um eigenständige methodische Erkenntnisse oder Verfahren.“

Letztlich wird hier der feministischen Frauen- und der (de)konstruktivistischen Geschlechterforschung der Status von Wissenschaft abgesprochen,

weil sie zum einen nicht den Regeln des quantitativen Paradigmas folgen, wonach Gesetzesaussagen und widerlegbare Hypothesen unverzichtbarer Bestandteil jeder empirischen Sozialforschung seien. Standardisierte Vorgehensweisen werden damit zu den wissenschaftlich einzig zulässigen erklärt, was eine arge Verengung des empirischen Methodenrepertoires und seiner möglichen Leistungen darstellt. Zum anderen wird Forschungen mit feministischer Perspektive der Vorwurf gemacht, grundsätzlich gegen Objektivitätsnormen zu verstoßen, weil feministische Forschung per se parteilich und damit nicht werturteilsfrei sei. Das große Potenzial, das gerade in der Reflexion der Wechselwirkungen zwischen erkenntnistheoretischer Position, Untersuchungsgegenstand und Methode liegt und das empirische Forschungen der Frauen- und Geschlechterforschung in großem Maße kennzeichnet, ist damit verkannt. Und dies erklärt auch den naiv anmutenden Schluss, dass Methoden universell gültig und unabhängig vom Untersuchungsgegenstand seien.

Solch pauschalisierende Abwehrstatements wie das eben skizzierte sind aber vergleichsweise selten. In den meisten einschlägigen Hand- und Einführungsbüchern zu den quantitativen Methoden der empirischen Sozial-, aber auch speziell der Medienforschung finden sich gar nicht erst Ausführungen zur feministischen Wissenschaftskritik oder zu Erhebungs- und Analysemethoden, die von den Gender Studies angestoßen wurden (vgl. z.B. die Überblicksdarstellungen von Diekmann 2010, Häder 2010, Atteslander 2010, Scheufele/Engelmann 2009, Brosius et al. 2008 und Klammer 2005 sowie die Methoden-Einzeldarstellungen von Möhring/Schlütz 2010, Früh 2007, Rössler 2005). D.h. die Wissenschafts- und Methodenkritik von Seiten der Frauen- und Geschlechterforschung hat im deutschsprachigen Raum kaum Einfluss auf den methodologischen Diskurs zu standardisierten empirischen Methoden genommen. Allenfalls die Hand- und Einführungsbücher zu qualitativen Methoden enthalten Kapitel, die feministische Kritik bzw. dem Gender-Paradigma geschuldete methodologische Überlegungen ausführen (z.B. Gildemeister in Flick et al. 2009 oder Ayaß in Ayaß/Bergmann 2006).

Aber auch umgekehrt ist eine vergleichsweise geringe Beschäftigung der (kommunikationswissenschaftlichen) Frauen- und Geschlechterforschung mit standardisierten Methoden festzustellen. Vor allem die (de-)konstruktivistisch inspirierte Genderforschung nutzt die quantitativen Methoden kaum, um mithilfe ihrer Potenziale die Analyse-kategorie Geschlecht innovativ zu hinterfragen.

## 4 Gender im Rahmen quantitativer Studien

### 4.1 Operationalisierungsmöglichkeiten

Dabei gibt es im Bereich der standardisierten empirischen Sozialforschung bereits seit den 1970er Jahren etablierte Verfahren, die dabei helfen, die biologisch begründete, duale Mann-/Frau-Differenz zu konterkarieren und um mehrdimensionale und graduelle Geschlechter-Selbstkonzeptionen zu ergänzen.

Beispielsweise versucht das von der Psychologin Sandra L. Bem 1974 eingeführte BSRI-Maß (Bem Sex Role Inventory), auf Basis von Selbsteinschätzungen die Geschlechtsrollenorientierung zu messen. Mithilfe von insgesamt 60 Attributen (20 traditionell männliche, 20 traditionell weibliche, 20 sozial erwünschte) sollen Personen sich selbst einschätzen.<sup>1</sup> Ihre Verurteilungen werden dann zusammengefasst in vier zentrale Selbstkonzeptionen:

- (1) maskulin (hohe Selbsteinschätzung hinsichtlich tradiert maskuliner Attribute, gleichzeitig niedrige Selbsteinschätzung hinsichtlich tradiert femininer Personeneigenschaften)
- (2) feminin (hohe Selbsteinschätzung hinsichtlich tradiert femininer Attribute, gleichzeitig niedrige Selbsteinschätzung hinsichtlich tradiert maskuliner Eigenschaften)
- (3) androgyn (gleichzeitig hohe Selbsteinschätzung hinsichtlich tradiert maskuliner und tradiert femininer Personeneigenschaften)
- (4) indifferent (niedrige Selbsteinschätzung maskuliner sowie femininer Eigenschaften)

Setzt man die durch das BSRI erhobene feminine bzw. maskuline Geschlechtsrollenidentität mit dem biologischen Geschlecht in Beziehung, so ergeben sich ebenso vier mögliche Kombinationen bzw. Personengruppen:

- (1) Geschlechtsrollenorientierte (d.h. Frauen und Männer, die sich entsprechend der ihnen kulturell zugetragenen Geschlechterrolle typisieren)
- (2) „Cross-sex-typed“ (d.h. Personen, die hohe Werte auf der geschlechtsinkongruenten Skala und niedrige auf der geschlechtskongruenten Skala aufweisen)
- (3) Androgyne
- (4) Indifferente

Das BSRI ist auch im Bereich der deutschsprachigen Rezeptionsforschung schon eingesetzt worden. Sabine Effinger (1995) und Sabine Trepte (2004) konnten beispielweise zeigen, dass Geschlechtsrollenorientierungen (auf Basis der BSRI-Selbsteinschätzungen) die differente Selektion und Verarbeitung von Medieninhalten zuweilen besser erklären als das biologische

---

<sup>1</sup> Siehe zu den Attributen im Einzelnen und ihrer deutschen Übersetzung Schneider-Düker und Kohler (1988).

Geschlecht. Kurzum, mit dem BSRI steht eine mehrfach evaluierte Skala zur Verfügung, auf die leicht zurückgegriffen werden kann, um Geschlecht alternativ zu operationalisieren. Dabei lassen sich Zusammenhänge zwischen Medienhandeln (von KommunikatorInnen und RezipientInnen) einerseits und Geschlecht andererseits aufzeigen, wobei im Besonderen den Differenzen zwischen biologischem Geschlecht und Geschlechtsrolle-identität nachgespürt werden kann. Biologisches und soziales Geschlecht können gegenübergestellt und im Zuge der Datenauswertung auf ihre jeweilige Erklärungskraft getestet werden.

## 4.2 Vermeidung künstlicher Dichotomisierungen

Ein weiteres Verfahren, bei dem (geschlechtlich konnotierte) Attribute eingesetzt werden, ist das semantische Differenzial. Es wird vor allem zur Erhebung von Einstellungen und Images eingesetzt, wobei das zu bewertende Objekt bzw. die zu charakterisierende Person auf einer (meist siebenstufigen) Skala einzuordnen ist. An den Skalenenden befinden sich bipolare Assoziationsbegriffe bzw. Wortgegensatzpaare. Damit operiert das semantische Differenzial letztlich mit einer dualen Struktur – und darin liegt auch seine Problematik. Bei der Bildung der Wortgegensatzpaare wird davon ausgegangen, dass der eine Begriff tatsächlich das genaue Gegenteil des anderen darstellt. Denn nur wenn das der Fall ist, bildet ein Begriffspaar lediglich eine einzige semantische Dimension ab. In der Forschungspraxis werden allerdings immer wieder Wortgegensatzpaare gebildet, die mehrdimensional sind. Exemplarisch sei auf etablierte Gegensatzpaare wie „informativ – unterhaltsam“ oder „emotional – rational“ verwiesen. Beim Rückgriff auf solche mehrdimensionalen Gegensatzpaare läuft man jedoch Gefahr, die eigentlich relevanten Dimensionen aus dem Blick zu verlieren und Gegensätze zu (re-)produzieren, die realiter keine sind (siehe dazu auch Klaus 2008). Bezeichnenderweise sind gerade die problematischen mehrdimensionalen Gegensatzpaare häufig geschlechtlich überformt, so dass ihr Einsatz nicht nur wenig valide Ergebnisse hervorbringt, sondern darüber hinaus duale Geschlechtergegensätze konstruiert und perpetuiert. Diese Problematik ist aber leicht zu umgehen, wenn Einzeldimensionen getrennt analysiert werden, indem für jeden einzelnen Begriff eigens eine skalierte unipolare Variable gebildet wird.

## 4.3 Explorative Datenanalyse

Den Forderungen der Geschlechterforschung, biologisches und kulturelles Geschlecht nicht blind zu reproduzieren, kann nicht nur bei der Konzeption von Untersuchungsinstrumenten entsprochen werden, sondern auch

im Zuge der Datenanalyse. Denn mithilfe multivariater Verfahren lassen sich systematische Zusammenhänge zwischen Variablen aufspüren, also Muster unserer sozialen und medialen Realität, die uns aufgrund unserer vorgeprägten Wahrnehmung nicht selbstverständlich erscheinen. Beispielsweise lassen sich aus dem häufig parallelen Auftreten von Attributen Personentypen herauskristallisieren. Dabei muss die vertiefte Analyse von Attribuierungen nicht zwingend zu dem Ergebnis führen, dass Personen am besten in zwei Gruppen, wie etwa Männer und Frauen, zu gruppieren sind. Mehrere Typen – auch abhängig von Kontexten – sind denkbar und mithilfe multivariater Verfahren der Datenanalyse nachweisbar.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich auch die Erhebungs- und Analysemethoden der standardisiert vorgehenden empirischen Sozialforschung in den Dienst einer avancierten Geschlechterforschung stellen lassen. Dies soll im Folgenden noch anhand des Beispiels einer standardisierten Inhaltsanalyse von Geschlechterkonstruktionen in Tageszeitungen illustriert werden.

## 5 Beispielstudie: Geschlechterkonstruktionen in Tageszeitungen

Die Inhaltsanalyse zielte darauf, Muster in der Berichterstattung von Tageszeitungen ausfindig zu machen und dabei im Besonderen homogene Personengruppen zu identifizieren. Die Frage lautete: Welche ähnlich kontextualisierten, attribuierten und visualisierten Personengruppen lassen sich in der Berichterstattung identifizieren?

Untersuchungsmaterial war die Text- und Bildberichterstattung in den klassischen Ressorts der folgenden deutschsprachigen Tageszeitungen: *Süddeutsche Zeitung*, *Bild*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, *Der Standard*, *Kronen Zeitung*, *Kleine Zeitung*, *Neue Zürcher Zeitung*, *Blick* und *Tagesanzeiger*. Als Untersuchungszeitraum wurden zwei künstliche Wochen zwischen März und Juli 2008 gebildet. Ziel war es, Zeitungssegmente und Länder gleichermaßen abzubilden, wobei die drei deutschen Blätter in der Stichprobe (mehrstufiges Auswahlverfahren, systematische Zufallsauswahl) leicht überrepräsentiert sind. Dennoch sollten weitgehend verallgemeinerbare Aussagen über die deutschsprachige Presseberichterstattung aufgrund dieser Stichprobenzusammensetzung möglich sein. Insgesamt wurden 1.576 Beiträge, 1.082 zentrale Akteure und 538 Personenabbilder über 133 Kategorien hinweg analysiert (Reliabilität nach Holsti = 0,85), wobei im Folgenden nur einige ausgewählte Ergebnisse zur Analyseseinheit Akteur präsentiert werden.<sup>2</sup>

---

2 Die Ergebnisse der Datenauswertung auf Beitragsebene bestätigten im Wesentlichen bereits bekannte Befunde: Tageszeitungen berichten überwiegend über Männer, Frauen sind in der Berichterstattung unterrepräsentiert – im Besonderen im Kontext von ‚hard



## 5.1 Operationalisierung von Geschlecht

Geschlecht wurde in dieser Studie zunächst traditionell erhoben: Bei textlichen Darstellungen wurden grammatikalische Indikatoren zur Bestimmung des Geschlechts einer Person herangezogen (letztlich wurde die Zuschreibung des biologischen Geschlechts durch die ArtikelautorInnen erfasst). Bei bildlichen Darstellungen wurde die Geschlechterstereotypie der Personeninszenierungen berücksichtigt, also ein geschlechterkonformes Äußeres, wie es Körper, Kleidung, Frisur etc. nahelegen. Mithilfe dieser etablierten Indikatoren wurde das biologische Geschlecht der dargestellten Person festgelegt.

Um sich der Kategorie Geschlecht anders zu nähern und Aspekte des kulturellen Geschlechts zu erfassen, wurden zusätzlich Personen-Attribute erhoben. Da die Studie länderübergreifend angelegt war, wurde auf solche Attribute zurückgegriffen, die weltweit eindeutig als „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ gelten. Grundlage war die 100 Attribute umfassende Liste von Williams/Best (1990), die nochmals auf insgesamt 26 Dimensionen verdichtet wurde.<sup>3</sup>

Die Attribute wurden allerdings nicht mittels bipolarer Skalen erhoben (wie das im Rahmen von semantischen Differenzialen üblich ist), sondern mithilfe von 26 *Einzeldimensionen*, um so den Facettenreichtum der jeweiligen Personenkonstruktion erfassen zu können. Weiterhin wurde jedes Attribut *graduell* erfasst. Ein Attribut konnte „gar nicht“ (0), „im Kontext“ (1), „manifest“ (2) oder „zugleich im Kontext und manifest“ (3) vorkommen, so dass eine Rangskalierung der Attribut-Variablen möglich war. Diese Attribut-Variablen bildeten einerseits die Grundlage für weitere Gruppierungen von Personen entlang des kulturellen Geschlechts: Hohe Werte bei „typisch weiblichen“ bzw. niedrige Werte bei „typisch männlichen“ Attribut-Variablen legen eine Zugehörigkeit zum kulturellen weiblichen Geschlecht nahe, genauer: eine Konstruktion entlang der tradierten weiblichen Geschlechterrolle. Andererseits erlauben die Attributvariablen auch Gruppierungen von Personen jenseits des Geschlechter-Dualismus, wie im Folgenden noch weiter auszuführen ist.

---

news' sowie im Segment der Qualitätszeitungen. Eine differenzierte Darstellung erster Befunde dieses Forschungsprojekts findet sich bei Magin/Stark 2010, deren Fallzahlen allerdings sehr viel geringer waren. Um speziell Attribuierungen zuverlässig und tiefer analysieren zu können, wurde die Datengrundlage für die hier folgende Auswertung erweitert.

<sup>3</sup> Die 26 Dimensionen lauteten: Erfolg, Stärke, Aktivität, Misserfolg, Rationalität, Schwäche, Gemeinschaftsorientierung, Emotionalität, Authentizität, moralische Integrität, Individualität, moralische Verwerflichkeit, Härte, Unabhängigkeit, Irrationalität, Gewissenhaftigkeit, Anmut/Charme, Künstlichkeit, Passivität, Abhängigkeit, Weichheit, Kühle, Nachlässigkeit, fehlender Charme, (sexuelle) Attraktivität, fehlende Attraktivität.

## 5.2 Deskriptive Datenauswertung

Um der Frage nachzugehen, welche Attribute überhaupt in der Berichterstattung vorkommen, wurde zunächst die Häufigkeit ausgezählt, wie oft welche Attribute überhaupt vorkamen. Die Prozentzahlen geben an, welcher Anteil an Akteuren überhaupt mit dem jeweiligen Attribut versehen wurde.

Tab. 1: Häufigkeiten der Personenattribute

Personen-Attribute (26 Dimensionen, 1082 Akteure)	
1. Erfolg (33%)	14. Unabhängigkeit (6%)
2. Stärke (29%)	15. Irrationalität (6%)
3. Aktivität (27%)	16. Gewissenhaftigkeit (6%)
4. Misserfolg (25%)	17. Anmut/Charme (6%)
5. Rationalität (15%)	18. Künstlichkeit (6%)
6. Schwäche (14%)	19. Passivität (6%)
7. Gemeinschaftsorientierung (13%)	20. Abhängigkeit (5%)
8. Emotionalität (13%)	21. Weichheit (3%)
9. Authentizität (8%)	22. Kühle (3%)
10. Moralische Verworfenheit (8%)	23. Nachlässigkeit (3%)
11. Individualität (7%)	24. Fehlender Charme (3%)
12. Moralische Integrität (7%)	25. (Sexuelle) Attraktivität (3%)
13. Härte (7%)	26. Fehlende Attraktivität (1%)

Bemerkenswert ist zunächst, dass in der Printberichterstattung relativ wenig attribuiert wird. Als zentrale Personenmerkmale haben sich lediglich Erfolg, Stärke, Aktivität und Misserfolg herausgestellt, eine gewisse Rolle spielen noch Rationalität, Schwäche, Gemeinschaftsorientierung und Emotionalität. Die restlichen Personenmerkmale wurden den Akteuren in den untersuchten Zeitungen hingegen relativ selten zugeschrieben (weniger als 10% der Akteure wurden mit solchen Attributen versehen).

In einem nächsten Schritt haben wir mithilfe von Mittelwertvergleichen (T-Test) untersucht, inwieweit Frauen mit anderen Attributen versehen werden als Männer. Bezeichnenderweise traten nur in 7 von 26 untersuchten Dimensionen leichte, aber signifikante Unterschiede zwischen den – biologisch definierten – Geschlechtern auf, obgleich die solide Fallzahl (1082 Akteure) ausgeprägtere Unterschiede hatte erwarten lassen. Stärke, Erfolg, Aktivität, Rationalität, Gemeinschaftsorientierung und Härte wurden primär männlichen Akteuren zugeschrieben, Attraktivität primär Frauen, bei den restlichen Attributen waren keine signifikanten Unterschiede auszumachen.<sup>4</sup> Kurzum, wenn das biologische Geschlecht herangezogen wird,

<sup>4</sup> Der Befund, dass Männer stärker attribuiert werden als Frauen, deckt sich mit Vorläuferstudien, wobei Männer stärker mit positiven Attributen versehen werden als Frauen (vgl. die Überblickdarstellung von Gildemeister 2006: 3).

lassen sich zwar gewisse Unterschiede in der Attribuierung ausmachen, gravierend sind sie aber nicht.

Um die Passung zwischen dem (durch Attribute operationalisierbaren) kulturellen Geschlecht und dem biologischen zu untersuchen, kann man zudem eine Diskriminanzanalyse rechnen, die einen Fall (hier Akteur) aufgrund von Merkmalen (hier Attribute) einer Gruppe zuordnet.

### 5.3 Multivariate Datenauswertung

Bisher wurde hier der klassische Weg beschrieben: Zuerst wurde die Variable Geschlecht (biologisches Geschlecht) gesetzt – sie fungierte quasi als unabhängige Variable, dann erfolgte ein Mittelwertvergleich. Männer wurden Frauen gegenübergestellt und die Signifikanz der Mittelwertunterschiede bei den einzelnen Attributen wurde mittels T-Tests überprüft. Die Attribut-Variablen können damit quasi als abhängige Variable konzipiert werden. Salopp formuliert, das Geschlecht bildet die Ursache, Unterschiede in der Attribuierung die Folge.

Dieser gerade beschriebene, gängige Rechenvorgang stellt den ersten Schritt der Diskriminanzanalyse dar. Der zweite Schritt der Diskriminanzanalyse dreht die Logik des ersten allerdings um: Denn als unabhängige Variable fungieren nun die Attribute, und aus diesen sollte sich das biologische Geschlecht mithilfe einer Diskriminanzfunktion korrekt prognostizieren lassen. Das biologische Geschlecht ist somit die abhängige Variable. Wäre die Berichterstattung geschlechterstereotyp, dann müsste man auf Basis der Attribuierung einer Person ihr biologisches Geschlecht richtig voraussagen können (sehr erfolgreich, sehr aktiv etc. => Mann).

Dies war aber mit unserem Datensatz nur sehr eingeschränkt möglich. Lediglich in knapp 59 Prozent der Fälle konnte aufgrund der Attribute korrekt vorhergesagt werden, ob über eine Frau oder über einen Mann berichtet wurde. Somit kann festgehalten werden, dass die Geschlechterstereotypie in der Printberichterstattung weniger ausgeprägt ist als erwartet. Neben dem Geschlecht gibt es in der Berichterstattung wohl noch andere relevante Muster, nach denen sich Personen gruppieren lassen.

Um dies herauszufinden, bieten sich Cluster- oder auch Faktorenanalysen an. Speziell die Faktorenanalyse versucht, mehrere (Attribut-)Variablen, die ähnlich ausschlagen, so zu bündeln, dass die dahinterstehenden Konstrukte (bzw. Personentypen) sichtbar werden.<sup>5</sup> Aus unserer Faktoren-

---

5 Da hohe Fallzahlen Voraussetzung für die Berechnung von Faktorenanalysen sind, haben wir nur solche Attribute eingehen lassen, die mindestens in fünf Prozent der Fälle überhaupt genannt wurden. Ausgeschlossen wurden damit Weichheit (3%), Kühle (3%), Nachlässigkeit (3%), fehlender Charme (3%), (sexuelle) Attraktivität (3%), fehlende Attraktivität (1%).

analyse<sup>6</sup> ergaben sich letztlich fünf Faktoren oder Personentypen, die die deutschsprachige Printberichterstattung dominieren:

- (1) „Echte Persönlichkeiten“, die aktiv, rational, stark, gewissenhaft und auch emotional sind,
- (2) „Integre Personen“, die gut, unabhängig und authentisch sind,
- (3) „Bösewichte“, die hart und moralisch schlecht sind,
- (4) „Verlierer“, die schwach und erfolglos sind,
- (5) „Macher“, die erfolgreich das Gemeinwesen voranbringen und dabei *nicht* irrational handeln.

Bemerkenswert ist v.a. der Umstand, dass innerhalb einer Personengruppe, nämlich bei den „echten Persönlichkeiten“, tradiert männliche Attribute (wie Rationalität) und tradiert weibliche (wie Emotionalität) zusammengeführt wurden. Dieser Befund unterstreicht, dass es durchaus sinnvoll sein kann, die alten Polaritäten aufzubrechen. Denn es scheint im Zeitungsjournalismus bestimmte Muster zu geben, Personen mithilfe von Attributkombinationen zu konstruieren, die nicht den kulturübergreifenden Geschlechterstereotypen folgen.<sup>7</sup>

Weiterhin kann im Zuge der Rechnung einer Faktorenanalyse zusätzlich (über Regressionen) ermittelt werden, inwieweit ein Einzelfall (hier eine Einzelperson) diesen fünf Faktoren/Typen entspricht (=Faktorladung). Das Erfassen der Faktorladungen ist Voraussetzung für die (Wieder)Einführung der Kategorie Geschlecht in das Rechenverfahren. Zur Erinnerung: Mit Hilfe der Faktorenanalyse wurden ja – zunächst völlig unabhängig vom Geschlecht – Personengruppen ermittelt. In einem zweiten Schritt lassen sich nun die aus den Attributen extrahierten Typen mit dem (biologischen) Geschlecht in Verbindung setzen. Dies erfolgte in unserer Studie mithilfe eines Mittelwertvergleichs (inkl. T-Test). Dabei stellte sich heraus, dass die männlichen Akteure in der Berichterstattung signifikant stärker als „echte Persönlichkeiten“, „Bösewichte“ oder „Macher“ konstruiert werden, weibliche Akteure aber *nicht* signifikant stärker als „integre Persönlichkeiten“ oder „Verliererinnen“ – obgleich man dies aufgrund tradierter Geschlechterstereotype hätte erwarten können. Als ein Ergebnis lässt sich also festhalten, dass Männer stärker und klarer attribuiert werden als Frauen (vgl. auch Gildemeister 2006: 3).

---

6 Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation, Faktorladungen > .4, KMO=0.68, erklärte Varianz: 50%.

7 Berücksichtigt man, dass sich unsere Zuordnung der Attribute als „tradiert weiblich“ oder „tradiert männlich“ an den Ergebnissen der länderübergreifenden Befragungsstudien von John Williams und Deborah Best (1990) orientierte, dann ist die hier festgestellte Differenz zwischen journalistischen und gesellschaftlichen Konstruktionsmustern bemerkenswert. Denn Williams und Best haben nicht nur über 25 Länder, sondern ebenso über verschiedene Messzeitpunkte hinweg erhoben, inwieweit bestimmte Attribute mit Männern oder Frauen assoziiert werden. Dabei konnten sie in den Bevölkerungen relativ stabile Attributzuordnungen entlang des biologischen Geschlechts feststellen: Emotionalität wird z.B. in 23 von 25 Ländern mit Frauen assoziiert.

Die Gründe für eine stärkere Attribuierung von Männern sind wohl auch in Medienlogiken zu suchen wie beispielsweise Nachrichtenfaktoren (vgl. Schulz 1990) oder auch Narrativitätsfaktoren (vgl. Kinnebrock/Bilandzic 2010; Kinnebrock/Bilandzic 2011). Demnach werden in der Berichterstattung bestimmte Aspekte des Geschehens akzentuiert, die Beiträge kreisen beispielsweise oft um (möglichst einflussreiche) Personen, die handeln, sowie um Konflikte, die kulminieren. Die medienspezifische Orientierung am Personenhandeln und an Konflikten wiederum verlangt Akteure, die aktiv, stark und ggf. auch böse sind, die sich im Konflikt erfolgreich durchsetzen oder ggf. auch scheitern. Insofern erstaunt es nicht, dass Medienpersonen, egal ob es sich um Männer oder Frauen handelt, mit genau solchen Attributen versehen werden, die dem männlichen Geschlechterstereotyp entsprechen.

Diese Ausführungen sind nur als Beispiele gedacht, die zeigen sollen, dass standardisierte Verfahren nicht zwangsweise den Geschlechterdualismus reproduzieren und allein mit dem biologischen Geschlecht operieren müssen. Vielmehr können sie gleichermaßen genutzt werden, um den Geschlechterdualismus zu hinterfragen.

## 6 Resümee

Mit unserer Untersuchung haben wir aufgezeigt, wie durch eine entsprechende Konzeption der Erhebungsinstrumente und durch die Auswahl geeigneter Analyseverfahren der Geschlechterdualismus aufgebrochen werden kann. Dies geschah, indem Attribuierungen von Akteuren nicht mehr anhand bipolar angelegter Wortgegensatzpaare gemessen, sondern stattdessen entlang von graduell abgestuften Einzeldimensionen erhoben wurden. Auf diese Weise ließen sich im Rahmen unserer standardisierten Inhaltsanalyse Personen beispielsweise gleichermaßen als rational wie emotional charakterisieren.

Dieses Vorgehen ermöglichte in einem nächsten Schritt eine Gruppierung von Personen jenseits des Geschlechterdualismus. Wäre Gender das primäre und dominante Konstruktionsmuster, dann hätten sich nur zwei Personentypen identifizieren lassen, nämlich stereotyp maskulin und stereotyp feminin gezeichnete Personen. Stattdessen konnten wir fünf Typen gängiger Medienpersonen aus den Attribuierungen extrahieren: „echte Persönlichkeiten“, „Bösewichte“, „Macher“, „integre Persönlichkeiten“ und „Verlierer“. Bezeichnenderweise fanden sich bei einigen Personentypen, z.B. bei den „echten Persönlichkeiten“, gleichermaßen stereotyp weibliche wie stereotyp männliche Eigenschaften. D.h. die Konstruktion typischer Medienpersonen erfolgt nicht primär entlang des soziokulturellen Geschlechts.

Insgesamt werden traditionell männlich konnotierte Attribute in der Berichterstattung stärker akzentuiert als weiblich konnotierte. Bemerkens-

wert ist, dass die Berichterstattung auch dann dazu tendierte, Personen primär entlang des männlichen Gender-Stereotyps zu konstruieren, wenn es sich – biologisch betrachtet – um Frauen handelte. Kurzum, Sex und Gender fallen in der Berichterstattung über Personen zuweilen auseinander, was die Bedeutung der analytischen wie empirischen Differenzierung zwischen biologischem und soziokulturellem Geschlecht unterstreicht.

Die Erkenntnis, dass Personen in der Berichterstattung nicht primär entlang gesellschaftlicher Geschlechterstereotypen konstruiert werden, lenkt den Blick auf weitere Konstruktionsmuster der Medienrealität wie Nachrichten- und Narrativitätsfaktoren. Zu nennen sind Faktoren wie Konflikthaftigkeit, Personenbezug, Erfolg oder Schaden. Die aktuelle Berichterstattung konzentriert sich auf starke, aktive Personen, die Konflikte meistern oder an ihnen scheitern. Und dies geht einher mit einer Attribuierung von Medienpersonen entlang des männlichen Geschlechterstereotyps.

All diese exemplarischen Befunde verdeutlichen unseres Erachtens, dass es sich lohnt, die Potenziale standardisierter Verfahren der Sozialforschung für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung weiter zu explorieren. Die aus der Entwicklung der Frauen- und Geschlechterforschung erklärbare Konzentration auf qualitative Verfahren sollte nicht dazu führen, standardisierte Verfahren auszublenden. Vielmehr gilt es, sie auch für eine avancierte (de)konstruktivistische Geschlechterforschung nutzbar zu machen und die Tücken der Kategorie nicht einfach zu umgehen, sondern mit der Kategorie Geschlecht analytisch und produktiv umzugehen.

## Literatur

- Ayaß, Ruth (2006): Gender Studies. In: Ayaß, Ruth/Bergmann, Jörg (Hg.): *Qualitative Methoden in der Medienforschung*. Reinbek: Rowohlt, S. 406-422.
- Atteslander, Peter (2010): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 4., überarbeitete Auflage. Berlin: Schmidt.
- Behnke, Cornelia/Meuser, Michael (1999): *Geschlechterforschung und qualitative Methoden*, Opladen: Leske+Budrich.
- Bem, Sandra L. (1974): The Measurement of Psychological Androgyny. *Journal of Counseling & Clinical Psychology* 42, S. 155-162.
- Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander (2008): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 5. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Brück, Brigitte/Kahlert, Heike/Krüll, Marianne/Milz, Helga/Osterland, Astrid/Wegehaupt-Schneider, Ingeborg (1992): *Feministische Soziologie. Eine Einführung*, Frankfurt a. M./New York: Campus.

- Buchen, Sylvia (2004): Standortbestimmung und Selbstvergewisserung der Geschlechterforschung als Einführung. In: Sylvia Buchen/Cornelia Holfferich/Maja S. Maier (Hg.): Gender methodologisch. Empirische Forschung in der Informationsgesellschaft vor neuen Herausforderungen. Wiesbaden: VS, S. 11-17.
- Butler, Judith (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Diekmann, Andreas (2010): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 4. Auflage der Ausgabe von 2007, Reinbek: Rowohlt.
- Effinger, Sabine (1995): Eine andere Welt. Frauen, Männer und Gewaltwahrnehmung. Eine Untersuchung zur geschlechtsspezifischen Rezeption von Gewaltinhalten in Medien. Bochum: Brockmeyer.
- Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis. 6., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK/UTB.
- Gallagher, Margaret (2010): Who makes the news? Global Media Monitoring Project Report 2010. London: Wacc.
- Gildemeister, Regine (2006): Soziale Konstruktion von Geschlecht. <http://www.telse.kiel-ist-meine-jacke.de/uploads/Soziale%20Konstruktion%20von%20Geschlecht.pdf>.
- Gildemeister, Regine (2009): Geschlechterforschung (gender studies). In: Uwe Flick/Ernst von Kardorff/Ines Steinke (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, 7. Auflage. Reinbek in Hamburg: Rowohlt, S. 213-223.
- Gildemeister, Regine/Wetterer, Angela (1992): Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Gudrun-Axeli Knapp/Angelika Wetterer (Hg.): Traditionen – Brüche. Entwicklung feministischer Theorie, Freiburg: Kore, S. 201-254.
- Häder, Michael (2010): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS.
- Honegger, Claudia/Arni, Caroline (Hg.): Gender – die Tücken einer Kategorie. Zürich: Chronos.
- Kaltenbrunner Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2007): Der Journalisten-Report: Österreichs Medien und ihre Macher: Eine empirische Erhebung. Wien: Facultas WUV Universitätsverlag.
- Kaltenbrunner Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien: Facultas WUV Universitätsverlag.
- Klammer, Bernd (2005): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten. Konstanz: UVK/UTB.

- Kinnebrock, Susanne/Bilandzic, Helena (2010): Boulevardisierung der politischen Berichterstattung? Konstanz und Wandel von Nachrichtenfaktoren und Narrativitätsfaktoren in der politischen Berichterstattung. In: Klaus Arnold/Christoph Classen/Susanne Kinnebrock/Edgar Lersch/Hans-Ulrich Wagner (Hg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, S. 347-362.
- Kinnebrock, Susanne/Bilandzic, Helena (2011): How to make a story work. Introducing the concept of narrativity into narrative persuasion. Open Access Research Paper der RWTH Aachen University. (online unter: <http://www.bth.rwth-aachen.de/>).
- Klaus, Elisabeth (2005): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in Massenmedien und im Journalismus. aktualisierte und korrigierte Neuauflage. Wien: Lit.
- Klaus, Elisabeth (2008): Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In: Johanna Dorer/Brigitte Geiger/Regina Köpl (Hg.): Medien – Politik – Geschlecht. Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 51-64.
- Löchel, Rolf (2001): Gender - die Maginot-Linie des Feminismus? Joan W. Scotts Rede anlässlich ihrer Ehrung mit dem Hans-Sigrist-Preis. In: Literaturkritik.de 3, Nr. 11. [http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez\\_id=4302&ausgabe=200111](http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=4302&ausgabe=200111) (27.07.2011).
- Magin, Melanie/Stark, Birgit (2010): Mediale Geschlechterstereotype. Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. *Publizistik* 55, Nr. 4, S. 383-404.
- Mies, Maria (1978): Methodische Postulate zur Frauenforschung – dargestellt am Beispiel der Gewalt gegen Frauen. In: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis 1, Nr. 1, S. 41-63.
- Möhring, Wiebke/Schlütz, Daniela (2010): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Müller, Christa (2010): Parteilichkeit und Betroffenheit. Frauenforschung und politische Praxis. In: Ruth Becker/Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 3., erweiterte und durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS, S. 340-343.
- Pfannes, Petra (2004): Powerfrau, Quotenfrau, Ausnahmefrau ...? Die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse. Marburg: Tectum.
- Rössler, Patrick (2005): Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK/UTB.
- Scheufele, Bertram/Engelmann, Ines (2009): Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz: UVK/UTB.



- Schneider-Düker, Marianne/Kohler, André (1988): Die Erfassung von Geschlechtsrollen. Ergebnisse zur deutschen Neukonstruktion des Bem Sex-Role Inventory. In: *Diagnostica* 34, S. 256-270.
- Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (2008): *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 8., unveränderte Auflage. München/Wien: Oldenbourg.
- Schwenk, Johanna (2006): *Berufsfeld Journalismus. Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Männern und Frauen im Journalismus*. München: Reinhard Fischer.
- Scott, Joan W. (1986): Gender. A Useful Category of Historical Analysis. In: *The American Historical Review* 91, Nr. 5, S. 1053-1075.
- Scott, Joan W. (2001): Die Zukunft von gender. Fantasien zur Jahrtausendwende. In: Claudia Honegger/Caroline Arni (Hg.): *Gender –die Tücken einer Kategorie*. Zürich: Chronos, S. 39-63.
- Sturm, Gabriele (2010): Forschungsmethodologie. Vorüberlegungen für eine Evaluation feministischer (Sozial-)Forschung. In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.): *Handbuch Frauen und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. 3., erweiterte und durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS, S. 400-408.
- Trepte, Sabine (2004): Soziale Identität und Medienwahl. Eine binationale Studie zum Einfluss von Gender-Identität und nationaler Identität auf die Selektion unterhaltender Inhalte. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 52, Nr. 2, S. 230-249.
- Weiderer, Monika (1995): *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTLplus*. 2. Auflage. Regensburg: Roderer.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Williams, John E./Best, Deborah L. (1990): *Measuring Sex Stereotypes. A Thirty-Nation Study*. Beverly Hills et al.: Sage.