

MASTERARBEIT

Gender Mainstreaming in der deutschen
Presselandschaft – Rollenbilder in der
Medienberichterstattung ausgewählter
Tageszeitungen von 1997 und 2017

vorgelegt im April 2018 von
Marisa Behne

1. Prüferin: Prof. Dr. Ute Krauß-Leichert
 2. Prüferin: Prof. Christine Gläser
-

**HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**

Department Information
Studiengang Medien, Information, Bibliothek

**HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**
Hamburg University of Applied Sciences

**Gender Mainstreaming in der deutschen Presse-
landschaft – Rollenbilder in der Medienbericht-
erstattung ausgewählter Tageszeitungen von
1997 und 2017**

Masterarbeit vorgelegt von
Marisa Behne

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Abstract..... | III |
| I Abbildungsverzeichnis | IV |
| II Tabellenverzeichnis | IV |
| 1 Hintergrund und Ausgangslage | 1 |
| 1.1 Problemstellung und Zielsetzung..... | 1 |
| 1.2 Vorgehen und Struktur der Arbeit | 3 |
| 1.3 Quellenkritik | 5 |
| 2 Thematischer Hintergrund..... | 6 |
| 2.1 Eine Frage des Geschlechts | 6 |
| 2.1.1 Geschlechtertheorien | 7 |
| 2.1.2 Gender Mainstreaming | 10 |
| 2.2 Die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung | 12 |
| 2.2.1 Massenmedien und Gesellschaft | 13 |
| 2.2.2 Geschlechterstereotype in der Theorie | 16 |
| 2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern | 18 |
| 3 Stand der Forschung | 21 |
| 4 Methodisches Vorgehen | 27 |
| 4.1 Forschungsfragen..... | 27 |
| 4.2 Untersuchungsdesign | 29 |
| 4.2.1 Die Untersuchungsmethode..... | 29 |
| 4.2.2 Das Datenerhebungsinstrument | 30 |
| 4.2.3 Untersuchungsmaterial und Stichprobe..... | 33 |
| 4.3 Empirische Umsetzung der Inhaltsanalyse | 36 |
| 4.3.1 Codierung | 36 |
| 4.3.2 Umsetzung mit IBM SPSS Statistics..... | 38 |
| 5 Ergebnisse..... | 41 |
| 5.1 Quantitative Berücksichtigung..... | 41 |
| 5.2 Qualitative Berücksichtigung..... | 44 |
| 5.3 Thematische Berücksichtigung | 50 |
| 5.4 Sprachliche Berücksichtigung | 54 |

| | |
|------------------------------|----|
| 6 Schlussbetrachtung | 59 |
| 6.1 Fazit | 59 |
| 6.2 Kritische Würdigung..... | 65 |
| 6.3 Ausblick..... | 66 |
| IV Literaturverzeichnis..... | 68 |
| V Analoger Anhang..... | 80 |
| VI Digitaler Anhang | 91 |

Abstract

Die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung kritisiert die mediale Konstruktion von Geschlechterrollenbildern, denn Massenmedien beeinflussen die politische Meinungsbildung und können daher als Indikator für ein gesamtgesellschaftliches Bild dienen. Veränderungen seit der Implementierung des *Gender Mainstreaming* sind demnach in den Medien zu suchen. Der Begriff *Gender Mainstreaming* bezeichnet eine Methode, die den Blickwinkel von Frauen und Männern, gleichermaßen in allen politischen Entscheidungen präventiv berücksichtigt. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Ziel ist es zu ermitteln, wie Männer und Frauen dargestellt werden und welchen Stellenwert gleichstellungsrelevante Themen in der Berichterstattung einnehmen. Dabei werden die Berichterstattungen der Jahre 2017 und 1997 verglichen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung dienen der Einschätzung ob und inwiefern sich seit Einführung des *Gender Mainstreaming* Veränderungen in der Medienberichterstattung vollzogen haben. Dies wird exemplarisch anhand der politischen Berichterstattung ausgewählter deutschsprachiger Tageszeitungen, der *Süddeutschen Zeitung* und der Zeitung *DIE WELT*, analysiert. Die Studie kommt dabei zu dem Ergebnis, dass Veränderungen erkennbar sind, die sich hauptsächlich durch die Rolle von Frauen in der deutschen Politik zeigen. Dennoch ist kein Ansatz geschlechtergerechter Gleichstellung in der Berichterstattung auszumachen.

Schlagworte: Frau, Geschlechterrolle, Gleichberechtigung, Gender Mainstreaming, Geschlechterstereotyp, Geschlechterverhältnis, Feminismus, Geschlechterforschung, Medienkonsum, Geschlechtsunterschied, Massenmedien, Öffentlichkeit, Soziale Konstruktion, Kommunikationswissenschaft, Medien, Geschlecht

I Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Funktionen der Medien für die Gesellschaft | 15 |
| Abbildung 2: Eine Taxonomie von Geschlechterstereotypen | 17 |
| Abbildung 3: Frauenmachtanteil bei deutschen Print-Leitmedien | 23 |
| Abbildung 4: People in the news - Key Findings Europe | 24 |
| Abbildung 5: Reporting and Presenting the News - Key Findings Europe..... | 25 |
| Abbildung 6: Artikel ohne weibliche Beteiligung..... | 41 |
| Abbildung 7: Geschlecht der Journalist_innen nach Jahr | 42 |
| Abbildung 8: Geschlecht der Akteur_innen nach Jahr | 43 |
| Abbildung 9: Status der Akteur_innen im Jahr 1997 | 45 |
| Abbildung 10: Status der Akteur_innen im Jahr 2017 | 46 |
| Abbildung 11: Aktivität der Akteurinnen* | 47 |
| Abbildung 12: Position der Akteur_innen im Jahr 2017..... | 48 |
| Abbildung 13: Wertung der Akteure durch Journalist_innen nach Jahr | 49 |
| Abbildung 14: Wertung der Akteurinnen durch Journalist_innen im Jahr 2017 | 50 |
| Abbildung 15: Thema nach Jahr..... | 51 |
| Abbildung 16: Geschlecht der Journalist_innen nach Thema | 52 |
| Abbildung 17: Geschlecht der Akteur_innen nach Thema | 53 |
| Abbildung 18: Verwendung des generischen Maskulinums bei Journalist_innen..... | 54 |
| Abbildung 19: Verwendung des generischen Maskulinums bei Akteur_innen | 56 |
| Abbildung 20: Männer und Frauen als Dekoration | 57 |
| Abbildung 21: Beispiele für Personen als Dekoration | 64 |

II Tabellenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Tabelle 1: Das Stichprobenkonzept..... | 35 |
| Tabelle 2: Beispiel einer Häufigkeitsauszählung | 39 |
| Tabelle 3: Beispiel einer Kreuztabelle..... | 40 |

1 Hintergrund und Ausgangslage

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

„Die Medien nehmen in unserer Gesellschaft eine herausragende Rolle ein. Sie sind bedeutsame Einflussfaktoren sowie Multiplikatoren von Meinungen und Vorbildern. Sie können Politik und öffentliche Prozesse kontrollieren, sie können aufklären und Gesellschaftsbilder sowie die Vorstellungen über die Geschlechter prägen. Die Medien können einerseits die Klischees in Geschlechterrollen festschreiben. Andererseits haben sie die Möglichkeit, zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern beizutragen und unterschiedliche Lebensmodelle aufzuzeigen, wie es ihrem Auftrag entspricht.“

(Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung 2017)

Der Feminismus als eine der größten internationalen Bewegungen ist heute im politischen und gesellschaftlichen Diskurs allgegenwärtig und wird kontrovers diskutiert. Kampagnen wie *Time's up* (*#metoo*) sensibilisieren für das Thema sexuelle Gewalt und Manuela Schwesig (SPD) bringt ein Gesetz für mehr Lohngerechtigkeit zwischen Frauen und Männern vor, um den *Gender Pay Gap*, die Lohndifferenz zwischen den Geschlechtern, zu schließen (Vgl. Zeit Online 2017). Die feministische Gruppe *Vulvarines* wendet sich unter dem Hashtag *#NotHeidisGirl* gegen die in der Sendung *Germany's Next Topmodel* propagierten Schönheitsideale (Vgl. Huber 2018) und junge Frauen tragen übergroße Hemden, weite Hosen und klobige Schuhe. Also Kleidung, um Dinge zu tun, nicht um sich zu zeigen (Vgl. Goldberg 2016). Ob dieser ‚modische‘ Feminismus oder Kampagnen wie *#metoo* eine politische Kehrtwende nach sich ziehen, sei zunächst dahingestellt. Auf jeden Fall schaffen sie Hoffnung, dass die Geschlechterhierarchie aufzubrechen scheint.

Diese Beispiele machen deutlich, dass der Blick auf die Gleichstellung von Männern und Frauen von immenser Relevanz ist: Denn noch immer sind Frauen in fast allen gesellschaftlichen Bereichen benachteiligt (Vgl. Antidiskriminierungsstelle des Bundes 2015). In diesem Zusammenhang wird der medialen Darstellung der Geschlechter eine wichtige Rolle zugeschrieben. Medien haben einen enormen Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung und leisten damit auch einen Beitrag zur Geschlechtersozialisation in der Gesellschaft. Bereits auf der Weltfrauenkonferenz im Jahr 1995 wurde die Beziehung zwischen Frauen und den Medien als einer der Hauptaspekte für die Umsetzung der gesellschaftlichen Gleichstellung der Geschlechter anerkannt. Dennoch sind Frauen in den Medien immer noch deutlich unterrepräsentiert. Als Antwort auf dieses Problem wird in der Medienpolitik das sogenannten *Gender Mainstreaming* angestrebt, also die umfassende Berücksichtigung der Gleichstellung von Frauen und Männern. Insbesondere durch die Förderung von Frauen in der Medienbranche soll eine gleichstellungsbewusste Berichterstattung erreicht werden (Vgl. Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen 2014, S. 1).

Wichtiger Bestandteil des Gender Mainstreamings ist die Analyse des Ist-Zustandes. Vor diesem Hintergrund wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit untersucht, wie Männer und Frauen in reichweitenstarken Tageszeitungen dargestellt werden und welchen Stellenwert gleichstellungsrelevante Themen in der Berichterstattung ausgewählter deutschsprachiger Medien einnehmen. Dabei werden die aktuelle mediale Berichterstattung sowie jene vor Einführung des *Gender Mainstreaming* einer vergleichenden Analyse unterzogen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung dienen der Einschätzung ob und inwiefern sich seit der Einführung des *Gender Mainstreaming* Veränderungen in der Medienberichterstattung vollzogen haben. Dies wird exemplarisch anhand der politischen Berichterstattung zweier Tageszeitungen analysiert.

Aufgrund der Vielschichtigkeit der Themenfelder *Geschlecht* und *Geschlechterzugehörigkeit*, beschränkt sich die vorliegende Untersuchung im Hinblick auf die kulturelle Diversität von Geschlechterbildern in ihrer Auseinandersetzung mit Geschlechterstereotypen auf eine westlich, europäische Sicht von Männern und Frauen.

Geschlechterbilder anderer Kulturen finden in der Untersuchung keine Berücksichtigung. Da im Kontext der Analyse Geschlechterdifferenzen und (dadurch bedingte) Diskriminierungen thematisiert werden, bewegt sich die Arbeit automatisch innerhalb der Geschlechterdualität. Daher ist es auch nicht Gegenstand der Arbeit, Ansätze aufzuzeigen, die aus dieser Zweiteilung der Geschlechter ausbrechen bzw. andere Geschlechterkonstruktionen zu berücksichtigen.

1.2 Vorgehen und Struktur der Arbeit

Die Untersuchung zu geschlechtsspezifischen Rollenbildern in der politischen Berichterstattung soll anhand des Codebuches der Studie *Gender Mainstreaming in den Medien: Forschungsbericht für das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Frauen des Landes Brandenburg* durchgeführt werden. Auf Grundlage ausgewählter Quellen (Kapitel 1.3 Quellenkritik, S. 5) wird die Studie zunächst thematisch verortet (Kapitel 2 Thematischer Hintergrund, S. 6). In diesem Rahmen werden zwei Themenbereiche zusammengeführt:

Erstens wird die Kategorie *Geschlecht* genauer beleuchtet, beziehungsweise deren Bedeutung im gesellschaftlichen und politischen Diskurs dargestellt (Kapitel 2.1 Eine Frage des Geschlechts, S. 6). Dafür werden relevante Geschlechtertheorien (Kapitel 2.1.1 Geschlechtertheorie, S. 7) und der Begriff *Gender Mainstreaming* definiert (Kapitel 2.1.2 Gender Mainstreaming, S. 10).

Zweitens wird die Verantwortung der Medien in Bezug auf die Geschlechterfrage beleuchtet (Kapitel 2.2 Die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung, S. 12). Dafür wird zunächst die Funktion der Medien für demokratische Gesellschaften thematisiert (Kapitel 2.2.1 Massenmedien und Gesellschaft, S. 13). Nach einem kurzen theoretischen Blick auf geschlechtsspezifische Rollenbilder (Kapitel 2.2.2 Geschlechterstereotype in der Theorie, S. 16), folgt deren Repräsentanz in den Medien (Kapitel 2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern, S. 18).

Erst im Anschluss an diesen theoretischen Teil folgt der Stand der Forschung (Kapitel 3 Stand der Forschung, S. 21). Da es in diesem Zusammenhang zum Verständnis beiträgt einige Begriffsklärungen im Vorfeld einzuführen, wird der Forschungsstand erst an dieser Stelle erörtert.

In der zweiten Hälfte der Arbeit wird auf die Praxis eingegangen. Zunächst wird das methodische Vorgehen geschildert (Kapitel 4 Methodisches Vorgehen, S. 27). In diesem Rahmen werden die Forschungsfragen (Kapitel 4.1 Forschungsfragen, S. 27) und das Untersuchungsdesign (Kapitel 4.2 Untersuchungsdesign, S. 29) vorgestellt. Letzteres umfasst eine kurze Definition der gewählten Methode (Kapitel 4.2.1 Die Untersuchungsmethode, S. 29) und die Erläuterung des Codierbogens als Untersuchungsinstrument (Kapitel 4.2.2 Das Datenerhebungsinstrument, S. 30). Außerdem wird das gewählte Untersuchungsmaterial sowie die Stichprobe (Kapitel 4.2.3 Untersuchungsmaterial und Stichprobe, S. 33) vorgestellt. Nach den Ausführungen zum Untersuchungsdesign wird die empirische Umsetzung der Untersuchung auch in Bezug auf die Herausforderungen erläutert (Kapitel 4.3 Empirische Umsetzung der Inhaltsanalyse, S. 36). In diesem Kontext werden die Prozesse des Codierens (Kapitel 4.3.1 Codierung, S. 36) und der Datenanalyse (Kapitel 4.3.2 Umsetzung mit IBM SPSS Statistics, S. 38) beschrieben. Im Anschluss werden dann die Ergebnisse der Untersuchung erläutert (Kapitel 5 Ergebnisse, S. 41). Der Fokus liegt dabei auf den vier Dimensionen der Untersuchung, der quantitativen- (Kapitel 5.1 Quantitative Berücksichtigung, S. 41), der qualitativen- (Kapitel 5.2 Qualitative Berücksichtigung, S. 44), der thematischen- (Kapitel 5.3 Thematische Berücksichtigung, S. 50) und der sprachlichen Berücksichtigung (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54) von Frauen und Männern in der Berichterstattung. Die Schlussbetrachtung (Kapitel 6 Schlussbetrachtung, S. 59) umfasst eine zusammenfassende Darstellung der zentralen Erkenntnisse (Kapitel 6.1 Fazit, S. 59), eine kritische Auseinandersetzung mit der Arbeit (Kapitel 6.2 Kritische Würdigung, S. 65), sowie einen Ausblick (Kapitel 6.3 Ausblick, S. 66).

1.3 Quellenkritik

Für eine erste Auseinandersetzung mit dem Begriff *Geschlecht* im wissenschaftlichen Sinn und der Identifizierung relevanter Theorien zu diesem Thema wurden die Werke *Geschlechterdifferenzen – Geschlechterdifferenzierungen* von Sylvia M. Wilz, das Grundlagenwerk *Gender* von Raewyn Connell, Ilse Lenz und Michael Meuser, das *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* von Ruth Becker und Beate Kortendiek sowie *Kampfzone Geschlechterwissen* von Andrea Moser herangezogen. Basierend auf diesen Grundlagenwerken, wurde ein Überblick über relevante Aspekte der Geschlechterforschung und ihrer Positionen erarbeitet. So konnte eine Liste relevanter Schlag- und Stichworte identifiziert werden, die mithilfe des Schlagwortkataloges der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg erweitert wurde.

Die Werke *Geschlecht und Medien* von, Gitta Mühlen Achs und Bernd Schorb, *„Frauen-Bilder“ in den Medien* von Heidrun Baumann, *Gender im medienethischen Diskurs* von Petra Grimm und Oliver Zöllner und die Studie *Mediale Geschlechterstereotype* von Melanie Magin und Birgit Stark eröffneten weitere relevante Aspekte der Thematik, insbesondere in Bezug auf die Ausbildung von Geschlechterstereotypen und deren Repräsentanz in den Medien.

Zum Teilbereich der Journalismusforschung, der sich mit der Bedeutung der Medien für die Gesellschaft auseinandersetzt, wurde in erster Linie das *Handbuch Journalismustheorien* von Martin Löffelholz und Liane Rothenberger herangezogen. In der Gesamtheit bildeten diese Publikationen das Grundgerüst der genutzten Quellen.

Auf Grundlage der Literaturangaben dieser Publikationen und weiterer Schlagwortsuchen wurde fortlaufend weiter recherchiert. So konnte eine Fülle an Grundlagenliteratur der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung und verwandter Bereiche identifiziert werden. Aufgrund der großen Anzahl an Publikationen musste eine Auswahl getroffen werden: So wurde Literatur von renommierten Autoren oder Herausgebern bevorzugt. Zudem ist darauf geachtet worden, möglichst aktuelle Literatur zu bearbeiten. Wobei nicht die Aktualität, sondern die Popularität der Werke im Vordergrund stand.

2 Thematischer Hintergrund

Um der Darstellung von Geschlechterrollen in der politischen Medienberichterstattung auf den Grund zu gehen, wird nachfolgend die Kategorie *Geschlecht* und ihre gesellschaftliche Bedeutung herausgearbeitet. Basierend darauf wird auch der Begriff *Gender Mainstreaming* definiert. Anschließend wird die Bedeutung der Massenmedien für die geschlechtsspezifische Gleichstellung in der Gesellschaft herausgearbeitet. Erst auf Grundlage dieser theoretischen Ausführungen kann auf Geschlechterstereotype und deren Darstellung in den Medien eingegangen werden.

2.1 Eine Frage des Geschlechts

Im Alltag scheint die Wahrnehmung, aus einer geschlechtlichen Perspektive heraus, selbstverständlich zu sein. Als Frauen oder Männer tragen wir unterschiedliche Kleider, die wir in unterschiedlichen Läden kaufen. Wir benutzen getrennte Toiletten und orientieren uns an unterschiedlichen Idealen. Unsere geschlechtliche Identität ist jedoch nicht angeboren. Sie ist ein komplexer, aktiver Vorgang, der uns so natürlich erscheint, dass wir uns nur schwer vorstellen können, uns nicht über unser Geschlecht zu definieren (Vgl. Connell 2013, S. 22). Was es bedeutet, Mann oder Frau zu sein, lernen wir unser gesamtes Leben lang, da wir die unbewusste Differenzierung in jeder sozialen Interaktion wahrnehmen und verinnerlichen. Sie ist eines der ersten und wichtigsten Prinzipien, die uns helfen, uns in der modernen Gesellschaft zu orientieren (Vgl. Moser 2010, S. 23). Die französische Pionierin des Feminismus, Simone de Beauvoir, formuliert in ihrem 1949 veröffentlichten Werk *Das andere Geschlecht*: „*Man kommt nicht als Frau zur Welt, man wird es*“. Damit eröffnet Beauvoir eine Perspektive, die allen feministischen Theorien bis heute zugrunde liegt (Vgl. Connell 2013, S. 22). Was es für uns bedeutet männlich oder weiblich zu sein, ist ein gesellschaftliches Konstrukt. Es ist ein angelerntes Wertesystem, welches in uns so festgeschrieben ist, dass wir es als natürlich empfinden (Vgl. Moser 2010, S. 23). Die geschlechtliche Identität bildet den Ursprung für gesellschaftliche Anerkennung und Zugehörigkeit. Gleichzeitig ist sie aber auch die Ursache von Hierarchiebildung, Dis-

kriminierung und Ungerechtigkeit. Das bedeutet, dass *Geschlecht* auch eine politische Variable ist und die Politik entsprechend auf diese komplexe Thematik reagieren muss (Vgl. Connell 2013, S. 25).

2.1.1 Geschlechtertheorien

Die Kategorie *Geschlecht*, wie sie im Rahmen der Arbeit verstanden wird, soll nachfolgend anhand ausgewählter Theorien definiert werden. Dieses wiederum ist für die nachfolgenden Begriffsklärungen *Geschlechterstereotype* bzw. *Geschlechterrollen* und *Stereotypisierung* basisgebend. Die feministische Forschung, welche parallel zu den politischen Frauenbewegungen entstand und durch sie beeinflusst wurde, setzt sich kritisch mit einer Gesellschaft auseinander, in der Frauen diskriminiert werden. Sie hat zum Ziel, diese ungleichen Machtverhältnisse aufzubrechen (Vgl. Moser 2010, S. 31). Die Geschlechterforschung kennt drei feministische Paradigmen: den *Gleichheits-*, den *Differenz-* und den *konstruktivistischen Feminismus*. Sie sind zwar historisch aufeinanderfolgend entstanden, haben in der Forschung aber gleichermaßen ihre Daseinsberechtigung und ergänzen sich gegenseitig (Vgl. Röben 2013, S. 74 f.). Alle drei Ansätze haben gemeinsam, dass sie die allgemein als natürlich gegeben angesehene Unterscheidung von Mann und Frau ablehnen und Beauvoirs Annahme folgen, dass *Geschlecht* nicht angeboren, sondern gesellschaftlich konstruiert ist (Vgl. Moser 2010, S. 31).

Der *gleichheitstheoretische Ansatz* entstand Ende des 18. Jahrhunderts als Reaktion darauf, dass die im Zuge der französischen Revolution erkämpften *Menschen- und Bürgerrechte* (1789) den Frauen nicht zugestanden wurden und sie daher keinen Zugang zu Recht und Bildung hatten. Im Zuge dieser Bewegung forderten Frauen eine gleichberechtigte Teilhabe an den Interessen des Staates und den Männern gleiche Rechte (Vgl. Gruner 2018, S. 5). Die zugrunde liegende Idee war, dass alle Menschen von Natur aus gleich sind und daher dem Geschlecht keine soziale Wertung eingeräumt werden sollte. Die häufigste Kritik an diesem, in der Forschung noch heute gängigen Paradigma des Feminismus ist, dass sich ‚Gleichheit‘ dabei an der männlichen Norm misst (Vgl. Moser 2010, S. 34).

Der *differenztheoretische Ansatz* entstand im Kontext der Studentenbewegung und der sexuellen Revolution nach 1968. Im Mittelpunkt stand eine ‚innere‘ Gleichberechtigung, also ein neues weibliches Selbstbewusstsein (Vgl. Gruner 2018, S. 7) und die Befreiung der Frauen aus der männlich dominierten Gesellschaftsordnung (Vgl. Moser 2010, S. 30). Der *Differenzfeminismus* lehnt den Gleichheitsgedanken ab und beschäftigt sich mit den verschiedenen Lebenswelten von Männern und Frauen (Vgl. Röben 2013, S. 72). In der Forschung wird kritisch betrachtet, dass durch die Hervorhebung der Unterschiede zwischen ‚männlich‘ und ‚weiblich‘ traditionelle Geschlechtsbezogene Rollenbilder idealisiert werden können (Vgl. Moser 2010, S. 34 f.).

In den 1970er Jahren findet die Unterscheidung von *sex* und *gender* Einzug in die feministische Forschung. Dieses Konzept wird in der Folge viel diskutiert und so wegweisend für die Forschung, dass sich seitdem fast jede Theorierichtung zum *sex-gender-Modell* positioniert hat (Vgl. Moser 2010, S. 32). Dabei bezeichnet der Begriff *sex* das biologische Geschlecht und *gender* das soziale Geschlecht. Letzteres erfasst Aspekte, die sich durch soziale und kulturelle Einflüsse bilden (Vgl. Mühlen Achs 2003b, S. 8). Beide Geschlechterkategorien können nicht in einen kausalen Zusammenhang gesetzt werden. Das bedeutet, dass sich das soziale Geschlecht nur bedingt als auf dem biologischen Geschlecht aufbauend verstehen lässt (Vgl. Connell 2013, S. 27). Daher kann beispielsweise nicht geschlossen werden, dass auf ein biologisch weibliches Geschlecht, immer auch ein sozial weibliches Geschlecht folgt (Vgl. Moser 2010, S. 32).

In den 1980er Jahren rückt das *Geschlechterverhältnis* und, damit verbunden, die Beziehung von Geschlecht und Gesellschaft in den Fokus der feministischen Forschung. Die deutsche Soziologin Ursula Beer erarbeitet in diesem Kontext einen der wichtigsten Grundsätze des Feminismus: Das Verständnis von Geschlecht als *Strukturkategorie* (Vgl. Moser 2010, S. 33). Grob vereinfacht werden das Geschlechterverhältnis und sogar deren Hierarchie als Bestandteile der modernen Gesellschaft identifiziert. Das bedeutet, dass die Gesellschaft nach dem Prinzip von *männlich*

und *weiblich* organisiert ist. Durch diese Zweiteilung findet eine Rangordnung statt, die Frauen strukturell benachteiligt (Vgl. Aulenbacher 2008, S. 162).

Seit Mitte der 1990er Jahre hat sich ein neuer feministischer Ansatz entwickelt. Ausgangspunkt dieses *konstruktivistischen Feminismus* ist die Idee des *doing gender*. Hinter diesem Begriff verbirgt sich die Annahme, dass niemand von Natur aus ein Geschlecht hat. Um sich jedoch im gesellschaftlichen Gefüge bewegen zu können, muss jeder ein Geschlecht annehmen und dies auch von anderen erwarten (Vgl. Moser 2010, S. 36). Feministische Konzepte, die der Annahme des *doing gender* folgen, verstehen das biologische Geschlecht als Ergebnis sozialer Interaktion (Vgl. Wetterer 2010, S. 126). Candance West und Don H. Zimmerman, Soziologie Professoren an der *University of California*, haben das Konzept des *doing gender* entwickelt, welches heute in den *Gender Studies* synonym zu der sozialen Konstruktion von Geschlecht steht. In ihrem 1987 erschienenen Artikel *Doing Gender* definieren West und Zimmerman die geschlechtliche Identität eines Menschen nicht als festgeschriebene Eigenschaft, sondern als fortlaufenden Prozess, welcher durch jede soziale Interaktion vollzogen wird (Vgl. West 1987, 126 ff.). Der wesentliche Unterschied dieser Theorie zum gängigen *sex-gender-Modell* ist, dass die Geschlechteridentität nicht als Basis für geschlechtsspezifisches Verhalten verstanden wird, sondern umgekehrt. Komplexe soziale Vorgänge formen unsere Geschlechteridentität. Die deutsche Soziologin Regine Gildemeister formuliert in diesem Zusammenhang „Nicht ‚der Unterschied‘ konstruiert die Bedeutung, sondern die Bedeutung die Differenz.“ (Gildemeister 2010, S. 137)

Im Kontext ihrer *doing gender-Theorie* haben West und Zimmerman die Unterscheidung in *sex* und *gender* neu erarbeitet und um die sogenannte *sex-category* erweitert. Die Zuordnung *sex* erfolgt auf Basis gesellschaftlich festgelegter biologischer Kriterien (z.B. Genitalien oder Chromosomen) zur Klassifizierung von Personen als Frau oder als Mann. Die *sex-category*, also die soziale Zuordnung zu einem Geschlecht, hängt von den *sex*-Kriterien ab, begründet sich aber in der Regel viel mehr aus der gesellschaftlichen Forderung nach einer erkennbaren Zugehörigkeit zur einen oder anderen Kategorie. In diesem Sinne setzt die *sex-category* zunächst die

Zuordnung des *sex* voraus und steht in vielen Situationen stellvertretend dafür. Dennoch können *sex-category* und *sex* unabhängig voneinander variieren. Das bedeutet, es ist möglich, sich auch dann einer *sex-category* zugehörig zu fühlen, wenn die entsprechenden Geschlechtskriterien fehlen. *Gender* hingegen beschreibt das Verhalten im Kontext gesellschaftlicher Vorstellungen von Einstellungen und Verhaltensweisen, die entsprechend der *sex-category* angemessen sind. Dem *gender* entsprechend zu handeln, stärkt die Zugehörigkeit zu einer *sex-category*. Dabei sind alle drei Kategorien unabhängig voneinander zu betrachten (Vgl. West 1987, S. 127). Ziel des *Konstruktivismus* ist die Abschaffung von *Geschlecht* als Kategorie, die für die gesellschaftliche Ordnung relevant ist (Vgl. Röben 2013, S. 72 f.). Daraus ergibt sich jedoch auch ein Paradoxon, welches gleichzeitig die Hauptkritik darstellt: Es ist nicht glaubhaft für die Gleichberechtigung der Geschlechter einzutreten, wenn gleichzeitig Geschlecht keine Relevanz besitzt (Vgl. Moser 2010, S. 36).

Ende der 1990er Jahre wird die Methode des *Gender Mainstreaming*, mit dem Inkrafttreten des *Amsterdamer Vertrages* (1999), zur Leitlinie der europäischen Gleichstellungspolitik (Vgl. Remiorz 2014, S. 21). Damit erlebt die Debatte um die geschlechtsspezifische Gleichstellung eine internationale politische Relevanz, die in der Bundesrepublik mit Inkrafttreten des *Gleichstellungsdurchsetzungsgesetzes* von 2001 ihren Höhepunkt erreicht (Vgl. Gruner 2018, S. 9).

2.1.2 Gender Mainstreaming

Der Begriff *Gender Mainstreaming* bezeichnet eine Methode, die den Blickwinkel von Frauen und Männern, unabhängig von ihrem biologischen Geschlecht, gleichermaßen in allen politischen Entscheidungen präventiv berücksichtigt (Vgl. Remiorz 2014, S. 21f.). Präventiv deshalb, weil nicht der Abbau bestehender Ungleichheiten im Mittelpunkt steht, sondern die Vorbeugung von Diskriminierungen (Vgl. Tomic 2011, S. 31 ff.). Dabei steht *Gender Mainstreaming* nicht etwa in Konkurrenz zur ‚konventionellen‘ Geschlechterpolitik, sondern ergänzt diese (Vgl. Stiegler 2010, S. 934). Der Europäische Rat definiert *Gender Mainstreaming* wie folgt:

„*Gender mainstreaming is the (re)organisation, improvement, development and evaluation of policy processes, so that a gender equality perspective is incorporated in all policies at all levels and at all stages, by the actors normally involved in policymaking.*“ (Concil of Europe 2004, S. 12).

Die Methode des *Gender Mainstreaming* ist also als politische Aufgabe zu verstehen. Es soll bei allen politischen Entscheidungen in Institutionen, die im weitesten Sinn das gesellschaftliche Leben regeln und gestalten (Ministerien, Behörden, Bildungsinstitutionen, Medienunternehmen), ein gleichstellungsbewusster Blickwinkel eingenommen werden (Vgl. Remiorz 2014, S. 22). So können die unterschiedlichen Auswirkungen von politischen Entscheidungen für Männer und Frauen berücksichtigt und Hemmnisse überwunden werden (Vgl. Stiegler 2010, S. 933 f.).

Faktisch dient *Gender Mainstreaming* als konzeptionelles Instrument, mit dessen Hilfe Entscheidungsprozesse optimiert werden. Die Methode wird von oben nach unten, also *top down*, implementiert, aber von unten nach oben durchgeführt (Vgl. Stiegler 2010, S. 934). Die Handlungsweise des *Gender Mainstreaming* soll von einer politischen Gleichstellung ausgehen, die zum einen Geschlecht nicht im biologischen Sinn versteht und zum anderen, Gleichstellung nicht an der männlichen Norm misst (Vgl. Tomic 2011, S. 33). Beides sind zentrale Punkte, ohne die eine tatsächliche Gleichberechtigung (auch im Sinne der Queer Bewegung) gesellschaftlich nicht umsetzbar ist. Das liegt daran, dass unsere gesellschaftliche Sozialisation auf der Unterscheidung zwischen männlich und weiblich aufbaut und die vorherrschenden Rollenbilder, also die Erwartungen an Mann und Frau, scheinbar untrennbar mit dem biologischen Geschlecht verwoben sind (Vgl. Moser 2010, S. 32).

In diesem Zusammenhang wird *Gender Mainstreaming* häufig die Fortschreibung der Geschlechterdualität und damit ein Potenzial zur Stereotypisierung vorgeworfen, da im Rahmen der Strategie Diskriminierung auch über die Geschlechtszugehörigkeit definiert wird (Vgl. Stiegler 2010, S. 936). Die Innovation der *Gender Mainstreaming* Strategie liegt darin, dass Routinen aufgebrochen werden. Ziel und Handlungsrahmen werden zwar vorgegeben, die Umsetzung liegt jedoch bei den politischen Akteur_innen (Vgl. Englert 2009, S. 24). Dennoch kann die Implementie-

zung von *Gender Mainstreaming* Prozessen allein nicht die Lösung zur Herstellung von Chancengleichheit oder zur Veränderung von patriarchalen Strukturen sein. Im Gegenteil, denn *Gender Mainstreaming* ist ein anspruchsvolles Konzept und setzt einen Lernprozess aller Akteur_innen voraus. Darüber hinaus muss um die geschlechterpolitischen Ziele, welche mittels *Gender Mainstreaming* erreicht werden sollen, eine demokratische Auseinandersetzung stattfinden (Vgl. Stiegler 2010, S. 937).

2.2 Die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung

Im fachwissenschaftlichen Kontext werden unter dem Begriff *Medien* alle technischen Kanäle zusammengefasst, die als Kommunikationsmittel dienen. Im allgemeinen Sprachgebrauch sind in erster Linie die sogenannten Massenmedien Presse, Film, Radio, Fernsehen und Online-Dienste gemeint. Jedoch werden auch Buch, Brief, Theater, Tonträger und Telefon als Medien klassifiziert (Vgl. Röser 2010, S. 738). Kommunikationsmittel begleiten uns als lebenslange Sozialisationsinstrumente und haben einen entsprechend großen Einfluss darauf, welche Themen in der gesellschaftlichen Diskussion Beachtung erfahren (Vgl. Baumann 2000, S. 7 f.).

Vor diesem Hintergrund nimmt die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung, auch aus der politischen Frauenbewegung heraus, in den 1970er Jahren Gestalt an. Sie kritisiert den kommunikationswissenschaftlichen Mainstream und beleuchtet die mediale Konstruktion von dualen Geschlechterrollenbildern (Vgl. Röser 2010, S. 738). Dabei steht der Differenzierungsprozess, also wie Männer und Frauen unterschiedlich *werden*, im Fokus der wissenschaftlichen Diskussion, nicht ihre Differenzen (Vgl. Wilz 2008, S. 8). Die Forschungsansätze beziehen sich sowohl auf die Medieninhalte als auch auf die Produktion und die Rezeption durch das Publikum. Im Hinblick auf die Rezipient_innen wird vor allem die Nutzung, Aneignung und Wirkung von Medieninhalten untersucht (Vgl. Röser 2010, S. 738). Medien bilden Männer und Frauen nicht bloß ab, sondern produzieren und überzeichnen auch geschlechtsspezifische Vorstellungen. Aus einer kritischen Perspektive heraus könnten

Journalist_innen über diese Stereotypisierung aufklären und das Thema damit in den gesellschaftlichen Diskurs bringen (Vgl. Forster 2003, S. 57 f.).

Als Ergebnis politischer Frauenbewegungen und Studien zu Frauen im Journalismus, gilt *gender* heute als relevantes Element in der Medienproduktion. Was uns ausmacht und wie wir handeln ist zum Teil davon bestimmt, welches Geschlecht wir haben. In diesem Zusammenhang ist es von Interesse, den Blick auch darauf zu richten, wie Geschlechterverhältnisse im Journalismus organisiert sind (Vgl. Klaus 2016, S. 523). Ansätze aus der differenzfeministischen Forschung nehmen die Perspektive der Medienmacherinnen in den Blick, um zu klären, inwiefern sich die Medienwelt durch einen Anstieg weiblicher Führungskräfte verändern könnte (Vgl. Jung 2015). Nach Dr. Jutta Röser ist es hingegen ein Irrtum anzunehmen, dass eine stärkere Präsenz von Journalistinnen automatisch auch mehr emanzipatorische Inhalte hervorbringt. Die Kommunikationswissenschaftlerin verweist darauf, dass die Strukturen der Journalistik dominieren und für die Einhaltung gängiger Regeln und Normen sorgen (Vgl. Röser 2010, S. 739). Hat die medienwissenschaftliche Geschlechterforschung also den Anspruch, Veränderungen anzustoßen, müssen Unterschiede zwischen den Geschlechtern fassbar gemacht werden. So kann ein Umdenken der tradierten journalistischen Strukturen erreicht werden (Vgl. Forster 2003, S. 57 f.). Kritische Medienanalysen dürfen dementsprechend Stereotype nicht nur durch andere ersetzen. Sie müssen berücksichtigen, dass die Geschlechterdualität und die heterosexuelle Fixierung selbst Konstrukte sind. Die Analyse bloßer Teilaspekte der Geschlechterordnung kann nicht zu grundlegenden Veränderungen führen (Vgl. Forster 2003, S. 65).

2.2.1 Massenmedien und Gesellschaft

Die Kernfunktion der Massenmedien ist die Herstellung von Öffentlichkeit. Das bedeutet, Medien verpflichten sich dazu, einen Austausch von Informationen zwischen allen Mitgliedern der Gesellschaft zu schaffen und so der breiten Öffentlichkeit ein umfassendes Bild über gesamtgesellschaftlich relevante Themen zu vermitteln (Vgl. Schwenk 2006, S. 16). Dies ist notwendig, damit sich alle Bürger an demokratischen

Prozessen beteiligen können (Vgl. Blöbaum 2016, S. 152). Im Kontext dieser *Informationsfunktion* der Massenmedien soll die Schaffung einer freien Öffentlichkeit im Interesse der Allgemeinheit stattfinden. Dabei sollen sie pluralistisch und tolerant berichten.

In ihrer *Kritik- und Kontrollfunktion* sollen Medien auf Missstände aufmerksam machen. Dies gilt beispielsweise für Situationen, in denen Menschen wegen ihres Geschlechts gesellschaftlich benachteiligt werden (Vgl. Schwenk 2006, S. 21 ff.). Als *vierte Gewalt* übernehmen insbesondere Massenmedien auch eine Kontrollfunktion dem Staat gegenüber. Die Ansätze des *Gender Mainstreaming* sollten in der medialen Berichterstattung demnach nicht nur ‚vorbildhaft‘ umgesetzt werden. Medienmacher_innen haben auch die Aufgabe, auf Nachlässigkeiten von Seiten der Politik aufmerksam zu machen (Vgl. Röben 2013, S. 36).

Die zunehmende Vielfalt unserer Gesellschaft stellt an Medienschaffende die Anforderung der ‚*Multiperspektivität*‘ (Vgl. Röben 2013, S. 67). Das bedeutet, Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln heraus zu betrachten und diese so wiederzugeben, dass die Gesellschaft als Ganzes sichtbar wird. Die Medien haben demnach allen sozialen Gruppen der Gesellschaft gegenüber die Pflicht - also Männern *und* Frauen gegenüber - ihnen eine gleichberechtigte Teilhabe an der medialen Öffentlichkeit zu gewähren (Vgl. Schwenk 2006, S. 21 ff.).

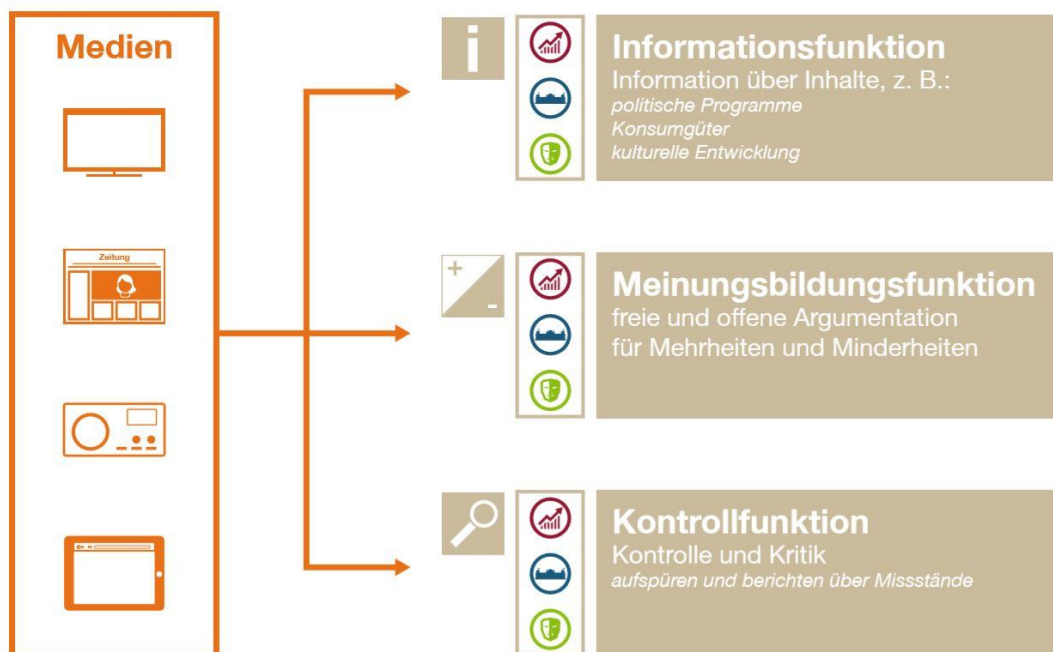
Diese Vielschichtigkeit wiederum zwingt Medienmacher_innen zu wählen, über welche Themen sie berichten und zu entscheiden, wie diese zu bewerten sind (Vgl. Schwenk 2006, S. 16). Die Medien haben demnach einen nicht unerheblichen Einfluss darauf, welche Themen in den öffentlichen Diskurs gelangen und welche gesellschaftliche Relevanz diese einnehmen (*Agenda-Setting*) (Vgl. Gross 2008, S. 282). Diese Vorauswahl führt dazu, dass die mediale Darstellung kein umfassendes Bild der Realität, sondern eine *konstruierte Wirklichkeit* abbildet (Vgl. Schwenk 2006, S. 16). Somit haben Massenmedien einen verzerrenden Einfluss auf die öffentliche Meinung (Vgl. Sander 2008, S. 278).

Abbildung 1 stellt die drei wichtigsten Funktionen der Medien schaubildhaft dar. Insbesondere die *Meinungsbildungsfunktion* ist für die Verbreitung und Reproduktion von Geschlechterrollen von zentraler Bedeutung. Als wichtige Sozialisationsinstanz, vermitteln Medien Werte und Normen, die das Leben in der Gemeinschaft fördern und die Orientierung in der Gesellschaft ermöglichen. In diesem Zusammenhang werden aber auch Stereotype wie beispielsweise die Geschlechterrollen und die damit verbundenen Verhaltensweisen geprägt (Vgl. Schwenk 2006, S. 21 ff.).

Abbildung 1: Funktionen der Medien für die Gesellschaft

► **Funktionen der Medien für die Gesellschaft**

Kernfunktionen in einer demokratischen Gesellschaft



Die Angaben wurden zusammengestellt von Olaf Selg
Lizenz: Creative Commons by-nc-nd/3.0/de
Bundeszentrale für politische Bildung, 2014, www.bpb.de



Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung, 2016

Des Weiteren liefern Medien neben Sachinhalten auch Vorbilder und Orientierungsmuster, welche das Bild der Rezipient_innen von der Welt prägen, in der sie leben. Der *konstruktivistische Ansatz* der Geschlechterforschung vertritt die These, dass Massenmedien das dualistische System von *männlich* und *weiblich* nicht nur reproduzieren, sondern auch selbst konstruieren (Vgl. Magin 2010, S. 389 f.). Wenn

bestimmte Sichtweisen unterdrückt oder Sachverhalte grundsätzlich einseitig dargestellt werden, hat dies einen entsprechenden Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Gesellschaft (Vgl. Schwenk 2006, S. 16).

Vor diesem Hintergrund tragen die Medien eine Verantwortung in Bezug auf die Wahrnehmung geschlechtsspezifischer Rollenbilder. Darüber hinaus kann die mediale Berichterstattung bei der Dekonstruktion von Geschlechterstereotypen eine Vorbildfunktion einnehmen (Vgl. Schwenk 2006, S. 16 ff.). Zusätzlich beeinflussen Massenmedien die politische Meinungsbildung in hohem Maße und können daher als Indikator für ein gesamtgesellschaftliches Bild dienen (Vgl. Meyen 2015, S. 36 f.). Das bedeutet, eventuelle Veränderungen seit der Implementierung des *Gender Mainstreaming* sind in den Massenmedien zu suchen.

2.2.2 Geschlechterstereotype in der Theorie

Geschlechterstereotype bilden sich sowohl aus individuellen Erfahrungen, als auch aus dem jeweiligen gesellschaftlichen Konsens über die charakteristischen Merkmale von Frauen und Männern. Stereotype haben deskriptive, also beschreibende und präskriptive, das bedeutet vorschreibende oder wertende Anteile. Geschlechterstereotype sind demnach kognitive Strukturen, die beschreiben wie Männer und Frauen *sind* und wie sie sein *sollen* (Vgl. Eckes 2010, S. 178). Es sind Orientierungsmodelle, die uns vorgeben, welche Kleidung wir tragen oder wie wir uns verhalten sollen. Werden diese Regeln verletzt, also Erwartungen nicht erfüllt, kommt es zu Irritationen, aber nur selten zu einer Änderung der Stereotype. Der Grund dafür ist, dass Geschlechterstereotype derart in unseren Denkmustern festgeschrieben sind, dass sie im hohen Maße gegen Veränderungen resistent sind (Kapitel 2.1 Eine Frage des Geschlechts, S. 6) (Vgl. Orde 2013, S. 12). Nach dem Psychologen Dr. Thomas Eckes werden Frauen Merkmale zugeschrieben, die sich unter den Begriffen ‚Wärme‘ beziehungsweise ‚Expressivität‘ zusammenfassen lassen. ‚Kompetenz‘ und ‚Selbstbehauptung‘ sind hingegen Merkmale, die mit Männern assoziiert werden. Diese Merkmalszuschreibungen sind nach Eckes sowohl kulturell als auch zeitlich stabil, obwohl sich das Selbstbild von Frauen bezüglich ihrer Selbstbehauptung seit Mitte der 1980er

Jahre erhöht hat (Vgl. Eckes 2010, S. 179). Gegenwärtig werden dazu in der Forschung zwei Theorien diskutiert.

Nach Alice Eaglys Theorie der sozialen Rollen neigen Menschen dazu, ihrem Gegenüber Merkmale zuzuschreiben, die er oder sie mit seiner oder ihrer gesellschaftlichen Position assoziiert. Demnach werden der ‚Hausfrauenrolle‘ die Merkmale Wärme und Expressivität in Zusammenhang mit einem geringen Status zugeschrieben. Die ‚Ernährerrolle‘ wird von den Merkmalen Kompetenz und Selbstbehauptung in Verbindung mit einem hohen Status begleitet (Vgl. Orde 2013, S. 12).

Nach Susan Fiskes *stereotype content model* werden die Inhalte von Stereotypen von deren Status und von der Interpendenz, also der Art der Abhängigkeit zwischen den Statusgruppen bestimmt (Vgl. Fiske 2002, S. 878). Susan Fiske stellt in ihrem Modell, welches in Abbildung 2 dargestellt ist, die These auf, dass der ‚Status‘ die Einordnung auf der Kompetenzebene bestimmt und die ‚Interpendenz‘ die Einordnung auf der Wärmeebene. Das traditionelle Frauenbild ergibt sich demnach aus der Kombination eines relativ geringen gesellschaftlichen Status und einer kooperativen Abhängigkeit. Diese dient der Aufrechterhaltung der Hierarchie zwischen den Geschlechtern (Vgl. Eckes 2010 S. 179 f.).

Abbildung 2: Eine Taxonomie von Geschlechterstereotypen

Tabelle: Eine Taxonomie von Geschlechterstereotypen

| Wärme | Kompetenz | |
|---------|--|--|
| | Niedrig | Hoch |
| Hoch | Paternalistische Stereotype niedriger Status, kooperative Interdependenz (z.B. die Hausfrau; der Softie) | Bewundernde Stereotype hoher Status, kooperative Interdependenz (z.B. die Selbstbewusste; der Professor) |
| Niedrig | Verachtende Stereotype niedriger Status, kompetitive Interdependenz (z.B. die Spießerin; der Prolet) | Neidvolle Stereotype hoher Status, kompetitive Interdependenz (z.B. die Karrierefrau; der Yuppie) |

Quelle: Eigene Darstellung nach Eckes 2010, S. 182

Nach Susan Fiske (Vgl. Fiske 2002, S. 880) werden *paternalistische Stereotype* durch ein hohes Maß an Wärme aber Inkompetenz charakterisiert. *Neidvolle Stereotype* sind kompetent, werden aber als kalt wahrgenommen. Personen, die sowohl ein niedriges Maß an Wärme als auch eine geringe Kompetenz aufweisen, werden als *Verachtende Stereotype* bezeichnet. *Bewundernde Stereotype* sind Personen, die ein hohes Maß an Wärme mit einem hohen Maß an Kompetenz verbinden. Dr. Thomas Eckes sieht den Unterschied zwischen ‚Stereotypen‘ und ‚Geschlechterrollen‘ darin, dass in Bezug auf Letztere eine größere Betonung auf den Erwartungshaltungen liegt, die sich aufgrund des Geschlechts an ein Individuum richten (Vgl. Eckes 2010, S. 178). Jedoch ist diese Differenzierung in der Fachliteratur nicht einheitlich zu finden. Deshalb werden im Kontext dieser Arbeit beide Begriffe synonym verwendet.

2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern

Den vorausgehenden Ausführungen folgend, wird Geschlecht nicht als natürliche Eigenschaft, sondern als Ergebnis eines Prozesses verstanden, an dem Medien beteiligt sind. Sie reproduzieren Geschlechterstereotype, indem sie an bestehenden gesellschaftlichen Normen ansetzen (Vgl. Grittmann 2014, S. 154 f.). So konstruieren Medien Sichtweisen, die vorschreiben wie Männer und Frauen sein sollen und was entsprechend als Abweichung gilt. Nur selten werden Rollenbilder dargestellt, die von gängigen Geschlechterstereotypen abweichen (Vgl. Knopf 2007, S. 13 ff.). In der Art und Weise wie über männliche und weibliche Personen berichtet wird, entsteht das geschlechtsspezifische Rollenverständnis (Vgl. Grittmann 2014, S. 153 ff.).

Das bestehende, stabile Geschlechterverhältnis ist durch die Diskriminierung der Frau als das *Andere* und einen starken Heterosexismus geprägt, der eine machtvolle, starke Form von Männlichkeit als Norm versteht (Vgl. Knopf 2007, S. 13 ff.). Weiblichkeit ist demgegenüber mit den Eigenschaften Emotionalität, Schwäche, Machtlosigkeit und femininer Erotik verbunden (Vgl. Mühlen Achs 2003a, S. 27 ff.). Diese Weiblichkeitszuschreibungen spielen in der medialen Darstellung noch immer eine

große Rolle. Auch wenn sich die Rollenbilder im Laufe der Zeit verändern, beispielsweise von der Hausfrau der 50er Jahre zum Lustobjekt, bleiben die stereotypen Merkmale bestehen (Vgl. Röben 2013, S. 79). Bestrebungen der Frauen, aus diesem stabilen Geschlechterverhältnis auszubrechen, sind im medialen Diskurs häufig mit antifeministischen Äußerungen verbunden (Vgl. Knopf 2007, S. 13 ff.). Ein prominentes Beispiel dafür bildet Angela Merkel. Als sie im Jahr 2005 zur Bundeskanzlerin gewählt wurde, war dies begleitet durch eine Berichterstattung, in der kein Klischee ausgelassen wurde. Doch das stereotype Bild von Weiblichkeit besetzt Merkel selbst nicht. Sie positioniert sich geschlechtsneutral, trägt Hosenanzüge und bedient auch ansonsten keine klassischen Frauenrollen wie Mutter, Ehefrau oder Verführerin. Sie vermeidet Attribute, die sie als Frau kennzeichnen würden und versucht, sich so wenig wie möglich von ihren männlichen Kollegen zu unterscheiden. Auch dank Merkels Präsenz in den Medien werden Frauen in politischen Führungspositionen heute, ebenso wie Männer, als kompetente, aktive, handlungsmächtige Personen dargestellt. Doch andere Akteurinnen haben von diesem Fortschritt wenig. Stereotype Geschlechterbilder dominieren auch weiterhin die mediale Berichterstattung (Vgl. Röben 2013, S. 85).

Das Aufbrechen dieser geschlechtsspezifischen Rollenzuweisungen ist Kern einer gleichstellungsbewussten Medienpolitik. Den Medien fällt in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung zu, denn Rollenzuschreibungen begründen leicht auch die gesellschaftliche Positionierung von einzelnen Personen oder sozialen Gruppen (Vgl. Röben 2013, S. 23). Dies gilt im Besonderen für Gruppen, die im Alltag wenige Berührungspunkte haben. Medial erzeugte Realität kann die Meinung über andere Personengruppen oder gesellschaftliche Bereiche prägen. Vor diesem Hintergrund können Medien durch eine geschlechtsbewusste Berichterstattung zur Gleichstellung von Männern und Frauen in der Gesellschaft beitragen (Vgl. Grittmann 2014, S. 153 ff.).

Neben dem bewussten Aufbrechen stereotyper Rollenzuschreibungen ist eine geschlechtsbewusste Berichterstattung noch durch andere Faktoren bedingt. Beispielsweise durch eine stärkere Sichtbarkeit von Frauen in der medialen Darstellung, so-

wohl als Journalistinnen als auch als handelnde Akteurinnen. Aus Geschlechterperspektive reicht es jedoch nicht, eine stärkere Präsenz von Frauen zu erreichen. Denn dies kann auch dazu beitragen, bestehenden Stereotypen mehr Raum zu geben und damit bestehende Macht- und Geschlechterverhältnisse zu reproduzieren (Vgl. Grittmann 2014, S. 153 ff.).

Mehr Sichtbarkeit lässt sich ebenso durch eine Gleichstellung im Sprachgebrauch erreichen. Diesbezügliche Bemühungen werden in der öffentlichen Diskussion jedoch von vielen Seiten nicht ernst genommen und werden so zum Ausgrenzungsdiskurs, der wiederum dafür geeignet ist, traditionelle Geschlechterstereotype zu stützen (Vgl. Knopf 2007, S. 13 ff.). Um solchen Prozessen entgegenzuwirken, hat geschlechtsbewusster Journalismus die Aufgabe, die Teilhabe aller sozialen Gruppen am Selbstverständigungsprozess der Gesellschaft zu ermöglichen. Das erfordert zum einen eine Sensibilität, die den unterschiedlichen Perspektiven der einzelnen Gruppen gerecht wird und zum anderen gleichstellungsrelevante Themen in der Berichterstattung (Vgl. Röben 2013, S. 23).

3 Stand der Forschung

„*Männer handeln – Frauen kommen vor*“ (Küchenhoff 1975, S. 242), ist das Resümee der Studie *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*, in der Erich Küchenhoff und Mitarbeitende im Jahr 1975 erstmals die Unterrepräsentanz der Frauen im Fernsehen, das Fehlen von Programmen zu Frauenfragen und die Einseitigkeit des Frauenbildes thematisieren. Die *Küchenhoff-Studie* gilt als die Erste im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung (Vgl. Orde 2013, S. 11). Ihre Ergebnisse werden in der Folge in zahlreichen Studien aufgegriffen. Rund zwanzig Jahre später beispielsweise setzt Monika Weiderer mit ihrer Analyse gängiger Fernsehinhalte an der Untersuchung von Küchenhoff an und stellt ebenfalls eine drastische Unterrepräsentanz von Frauen in allen untersuchten Bereichen fest (Vgl. Weiderer 1993, S. 325).

Auch in journalistischen Nachrichtenmedien belegen seitdem Untersuchungen die Unterrepräsentanz der Frau, insbesondere in der Darstellung als Führungspositionen und die stereotype Darstellung von *Männlichkeit* und *Weiblichkeit*. Dr. Jutta Röser spricht sogar von *Geschlecht* als *Nachrichtenfaktor*, denn sie führt an, dass Redaktionen den Nachrichtenwert offenbar geringer einschätzen, wenn die handelnde Akteurin eine Frau ist. Deshalb liegt die gleichbleibend niedrige Präsenz von Frauen in der politischen Berichterstattung nach Röser nicht nur an änderungsresistenten Gesellschaftsstrukturen, sondern auch an den patriarchalen Strukturen im Journalismus (Vgl. Röser 2006, S. 36).

Im Jahr 2008 untersuchen die Kommunikationswissenschaftlerinnen Dr. Margreth Lünenborg und Dr. Jutta Röser die mediale Repräsentation von männlichen und weiblichen Spitzenkräften. Sie kommen zu dem Schluss, dass auch in Führungspositionen Frauen weniger Aufmerksamkeit erhalten als ihre männlichen Kollegen. Die Wissenschaftlerinnen resümieren außerdem, dass eine Frau als Bundeskanzlerin zwar auf quantitativer Ebene die medialen Geschlechterverhältnisse beeinflusst, jedoch andere Frauen in Führungspositionen davon nicht profitieren (Vgl. Lünenborg 2008, S. 3).

Auch nach Dr. Markus Appel, Professor für Kommunikations- und Medienpsychologie an der Universität Koblenz-Landau, belegen internationale Studien immer wieder nicht nur die Unterrepräsentanz der Frau als Medienmacherin, sondern auch die starke Begrenztheit der *männlichen* und *weiblichen* Rollenbilder (Vgl. Appel 2008, S. 320 ff.).

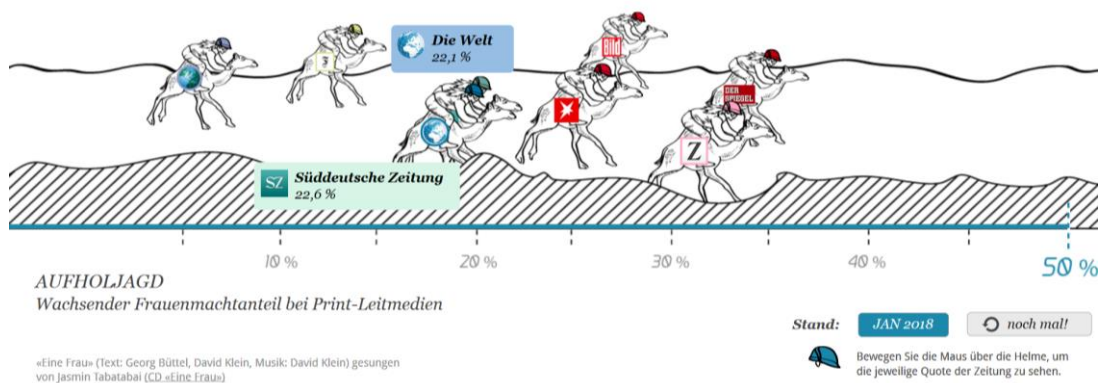
Im Jahr 2010 untersucht Lünenborg in Zusammenarbeit mit Simon Berghofer Merkmale und Einstellungen von Politikjournalist_innen vor dem Hintergrund ökonomischer und technologischer Wandlungsprozesse im deutschen Journalismus. Hier kommen die Wissenschaftler zu dem Ergebnis, dass Frauen mit einem Anteil von einem Drittel ähnlich unterrepräsentiert sind wie im gesamten Journalismus. Nach Lünenborg und Berghofer verschlechtert sich die geschlechtsspezifische Differenz außerdem mit steigendem Alter und steigender Hierarchiestufe zulasten der Frauen (Vgl. Lünenborg 2010, S. 50).

Obwohl sich ein großer Teil der Untersuchungen zu Rollenbildern auf die Darstellung der Frau im Fernsehen bezieht, lassen sich deren Ergebnisse ebenso auf digitale Inhalte und Printmedien übertragen (Vgl. Orde 2013, S. 11). Die mediale Berichterstattung gilt als elementar für die gesellschaftliche Meinung über Frauen und Männer. Damit ist sie auch für die geschlechtsspezifische Gleichberechtigung von Bedeutung (Vgl. Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen 2014, S. 1). Vor diesem Hintergrund ist die empirisch belegte Marginalisierung der Frauen von ungebrochener Relevanz und Aktualität und wird in der Forschung auf verschiedenen Ebenen angegangen.

Initiativen wie *ProQuote* beispielsweise setzen sich für die Einführung einer Frauenquote in der Medienbranche ein und schaffen durch die Erhebung und Aufbereitung statistischer Daten Aufmerksamkeit für die geschlechtsspezifische Machtverteilung in der Medienbranche.

Seit 2012 erhebt *ProQuote* zum Beispiel den Anteil von Frauen in redaktionellen Führungspositionen deutscher Leitmedien und stellt diese als animiertes Kamelerennen (Abbildung 3) dar (Vgl. ProQuote 2018).

Abbildung 3: Frauenmachtanteil bei deutschen Print-Leitmedien



Quelle: ProQuote 2018

Vor diesem Hintergrund soll die *GMMP-Studie* exemplarisch vorgestellt werden, da sie als weltweit größte und am längsten bestehende Untersuchung den Auftrag erfüllt, der von der Weltfrauenkonferenz 1995 an die Regierungen herangetragen wurde. Dieser Auftrag beinhaltet eine höhere weibliche Beteiligung an Entscheidungsprozessen in der Medienbranche, einen leichteren Zugang zur Erstellung von Inhalten in Medien und neuen Kommunikationstechnologien und die Auflösung stereotyper Darstellungen von Männern und Frauen (Vgl. Journalistinnenbund 2015).

The Global Media Monitoring Project 2015:

Im Rahmen des *Global Media Monitoring Projects*, kurz *GMMP*, wird die Präsenz von Männern und Frauen in Nachrichtenmedien auf der ganzen Welt erfasst. Seit ihrer Einführung im Jahr 1995 wird die Erhebung alle fünf Jahre durchgeführt und zeigt damit nicht nur Veränderungen auf, sondern bietet auch die Gelegenheit, anhaltende und aufkommende Herausforderungen zu identifizieren. In Deutschland

erarbeitet der *Journalistinnenbund* die Daten mit Unterstützung des *Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*. Nachfolgend werden die wichtigsten Erkenntnisse der aktuellen Studie von 2015 dargestellt, wobei nur diejenigen Ergebnisse genannt werden, die in Bezug auf die vorliegende Arbeit von Relevanz sind. Das bedeutet auch, dass insbesondere die Ergebnisse aus dem europäischen bzw. deutschen Raum dargestellt werden.

Die Präsenz von Frauen in deutschen Nachrichten hat sich seit der letzten Erhebung im Jahr 2010 (damals waren es 21%) signifikant erhöht. Im Jahr 2015 steigt die Zahl in den klassischen Medien Print, Radio und Fernsehen auf 32,6 Prozent an. Damit liegt die Anzahl der Frauen in der deutschen Nachrichtenberichterstattung weit unter den 50 Prozent, die ihnen als Hälfte der Bevölkerung zukommen müsste, jedoch über dem europäischen Durchschnitt von 24 Prozent. Diesen zeigt Abbildung 4.

Abbildung 4: People in the news - Key Findings Europe

| | 1995 | | 2000 | | 2005 | | 2010 | | 2015 | | %Change (Δ) |
|---|------|----|------|----|------|----|------------|------------|------|----|-------------|
| | %F | %M | %F | %M | %F | %M | %F | %M | %F | %M | |
| Key Findings: 1995–2015 | | | | | | | | | | | |
| A. People in the news | | | | | | | | | | | |
| Newspaper, Television, Radio | | | | | | | | | | | |
| Newspapers | 17 | 83 | 18 | 82 | 21 | 79 | 24 | 76 | 24 | 76 | ▲ 7 |
| Television | 21 | 79 | 22 | 78 | 22 | 78 | 24 | 76 | 24 | 76 | ▲ 3 |
| Radio | 15 | 85 | 13 | 87 | 17 | 83 | 22 | 78 | 21 | 79 | ▲ 6 |
| News websites and media Tweets | | | | | | | | | | | |
| News websites | | | | | | | 23 (pilot) | 77 (pilot) | 25 | 75 | |
| News media Tweets | | | | | | | | | 28 | 72 | |
| Scope of Story. Newspaper, Television, Radio | | | | | | | | | | | |
| Local | 22 | 78 | 23 | 77 | 27 | 73 | 26 | 74 | 27 | 73 | ▲ 5 |
| National | 14 | 86 | 17 | 83 | 19 | 81 | 23 | 77 | 23 | 77 | ▲ 9 |
| National/other | 17 | 83 | 15 | 85 | 18 | 82 | 20 | 80 | | | |
| Sub-regional/regional | | | | | | | | | 24 | 76 | |
| International / Foreign | 17 | 83 | 14 | 86 | 20 | 80 | 26 | 74 | 24 | 76 | ▲ 7 |
| Who Makes the News? 3 GMMP 2015 | | | | | | | | | | | |

Quelle: WACC 2015a

Der Grund für diesen Anstieg von Frauen in den deutschen Medien lässt sich, so das Ergebnis der Studie, auf die hohe Zahl der Redakteurinnen und Reporterinnen im Fernsehen und Rundfunk zurückführen. Die Anzahl der Frauen in der deutschen Me-

dienbranche ist mit 43 Prozent im TV und 50 Prozent im Rundfunk, auch im europäischen Vergleich (Abbildung 5), sehr hoch. Lediglich im deutschen Printbereich ist mit 29 Prozent weiblicher Beteiligung noch immer von einem Geschlechterunterschied zu sprechen. Abbildung 5 zeigt, dass der Anteil von Journalistinnen hier deutlich unter dem europäischen Durchschnitt von 35 Prozent liegt. Dies gilt auch für die politische Berichterstattung in den deutschen Tageszeitungen. Mit 69 Prozent Journalisten und 31 Prozent Journalistinnen sind politische Nachrichten hier noch immer Männerdomäne.

Abbildung 5: Reporting and Presenting the News - Key Findings Europe

| | 1995 | | 2000 | | 2005 | | 2010 | | 2015 | | %Change (Δ) |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | %F | %M | %F | %M | %F | %M | %F | %M | %F | %M | |
| B. Reporting and Presenting the News. Newspaper, Radio, Television | | | | | | | | | | | |
| % Stories presented | 51 | 49 | 49 | 51 | 53 | 47 | 49 | 51 | 49 | 51 | 0 |
| Television | | | 56 | 44 | 57 | 43 | 52 | 48 | 57 | 43 | ▲ 1 |
| Radio | | | 41 | 59 | 49 | 51 | 45 | 55 | 41 | 59 | 0 |
| % Stories reported | 28 | 72 | 31 | 69 | 37 | 63 | 37 | 63 | 37 | 63 | ▲ 6 |
| Television | | | 36 | 64 | 42 | 58 | 44 | 56 | 38 | 62 | ▲ 2 |
| Radio | | | 28 | 72 | 45 | 55 | 37 | 63 | 41 | 59 | ▲ 13 |
| Newspapers | | | 26 | 74 | 29 | 71 | 33 | 67 | 35 | 65 | ▲ 9 |
| % Stories Reported By Major Topic. Newspaper, radio, television | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | (%F) (%M) |
| Celebrity, Arts & Sport | | | 27 | 73 | 35 | 65 | 38 | 62 | 33 | 67 | ▲ 6 |
| Social & Legal | | | 39 | 61 | 40 | 60 | 43 | 57 | 39 | 61 | 0 |
| Crime & Violence | | | 29 | 71 | 33 | 67 | 35 | 65 | 33 | 67 | ▲ 4 |
| Science & Health | | | 46 | 54 | 38 | 62 | 44 | 56 | 50 | 50 | ▲ 4 |
| Economy | | | 35 | 65 | 43 | 57 | 40 | 60 | 39 | 61 | ▲ 4 |
| Politics & Government | | | 26 | 74 | 32 | 68 | 33 | 67 | 31 | 69 | ▲ 5 |
| % Female news subjects and sources, by sex of story reporter. Newspaper, radio, television | n/a | n/a | 24 | 18 | 25 | 20 | 28 | 22 | 29 | 26 | ▲ 5 ▲ 8 |

Quelle: WACC 2015a

In Deutschland nehmen lediglich 1 Prozent der männlichen und 2 Prozent der weiblichen Journalist_innen einen gleichstellungsbewussten Blickwinkel ein, beleuchten also in ihrer Berichterstattung Themen aus der Perspektive von Frauen und Männern.

In der *GMMP-Studie 2015* werden insgesamt 365 Personen gezählt, die direkt oder indirekt zitiert werden. 156 Personen davon sind Regierungsmitglieder, Politiker_innen, Minister_innen oder Regierungssprecher_innen. Davon sind 37 Prozent Frauen. In 28 Fällen werden Regierungsangestellte oder Staatsbedienstete zitiert, 21 Prozent davon sind weiblich. Die Ergebnisse zeigen, dass seit 2005 die Bandbreite der Geschlechterrollen, die in den Medien gezeigt werden, stetig ansteigt. Dies gilt jedoch

nicht für politische Nachrichten. Lediglich an 38 Prozent der Nachrichten sind Frauen als Akteurinnen beteiligt.

Artikel, die Gleichstellungsfragen thematisieren, gibt es in Deutschland selten. Geschlechterdifferenzen werden nur im Bereich der Menschenrechte und der Gewalt gegen Frauen erwähnt. Stereotypisierung ist in der deutschen Berichterstattung kaum noch ein Thema. Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass lediglich in den politischen Nachrichten stereotype Rollenzuschreibungen noch erkennbar sind. Politische Nachrichten werden meist von Männern gemacht. Diese berichten jedoch ebenso häufig über Frauen wie Journalistinnen. Trotz der immer gleichen Namen ranghoher Politikerinnen wie beispielsweise Bundeskanzlerin Angela Merkel gibt es nur wenige Nachrichten (10%), die sich auf Frauen konzentrierten. Obwohl häufiger über Männer berichtet wird, werden Frauen in der Regel auf Fotos gezeigt. Von allen in den Zeitungen genannten Frauen werden 22 Prozent auch abgebildet. Bei den Männern sind es nur 15 Prozent (Vgl. WACC 2015a; WACC 2015b; Journalistinnenbund 2015).

4 Methodisches Vorgehen

Im anschließenden Kapitel folgt die reflektierte Darstellung des methodischen Vorgehens. Ziel ist es, nicht nur das Untersuchungsdesign darzulegen, sondern auch zu begründen, welche Überlegungen der Analyse vorausgegangen sind. Elementar ist in diesem Kontext die Herleitung der Forschungsfragen. Dabei orientieren sich sowohl die Forschungsfragen als auch das Untersuchungsdesign an der Studie *Gender Mainstreaming in den Medien: Forschungsbericht für das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Frauen des Landes Brandenburg* (Vgl. Rager 2001) des Kommunikationswissenschaftlers Dr. Günther Rager und des Journalisten Lars Rinsdorf.

4.1 Forschungsfragen

Die nachfolgenden Forschungsfragen zielen darauf ab zu ermitteln, wie über Männer und Frauen berichtet wird und welchen Stellenwert gleichstellungsrelevante Themen in der politischen Berichterstattung einnehmen. Dabei werden die Jahre 1997 und 2017 miteinander verglichen. Eine gleichstellungsbewusste Medienpolitik setzt auf verschiedenen Ebenen an. Sie schafft zum einen Strukturen in der Medienbranche, in denen sich Journalisten und Journalistinnen gleichberechtigt entfalten können. Als ein Indiz für Veränderungen in diesem Bereich soll ermittelt werden, wie viele Beiträge von Männern und Frauen 1997 und 2017 veröffentlicht wurden:

F1: Wie groß ist der Anteil der verfassten Beiträge von Journalisten und Journalistinnen?

Auch ist es ihre Aufgabe, gleichstellungsrelevante Themen in der Berichterstattung zu fördern. Welche Präsenz diese in der Medienberichterstattung von 1997 und 2017 haben und welche Themen diesbezüglich im Vordergrund stehen, soll als Anzeichen für eine gleichstellungsbewusste Berichterstattung ermittelt werden:

F2: Kommen gleichstellungsrelevante Themen vor? Welche sind das und wie oft wird darüber berichtet? Sind Unterschiede in der Berichterstattung 1997 und 2017 erkennbar?

Eine gleichstellungsbewusste Berichterstattung durchbricht gängige Geschlechterstereotype und ersetzt diese durch alternative Rollenbilder. Als Hinweis auf Veränderungen werden in diesem Zusammenhang zwei Komponenten untersucht. Zum einen wird die Präsenz von Männern und Frauen jeweils in den Jahren 1997 und 2017 betrachtet:

F3: Wie groß ist der Anteil von Akteuren und Akteurinnen in der Berichterstattung?

F4: Ist ein geschlechtsdifferenter Kommunikationsstil bei Journalisten, Journalistinnen, Akteuren und Akteurinnen zu erkennen?

Zum anderen werden gängige Rollenbilder in der Berichterstattung 1997 und 2017 verglichen:

F5: Wie werden Frauen und Männer in der Berichterstattung dargestellt?

Die Formulierung der Forschungsfragen basiert auf den Überlegungen von Dr. Günther Rager und Lars Rinsdorf (Vgl. Rager 2001, S. 4 f.)¹. Ihre Beantwortung soll Aufschluss darüber geben, welche Veränderungen sich im Sinne einer gleichstellungsbewussten Medienberichterstattung seit Einführung des *Gender Mainstreaming* ergeben haben.

¹ Die Formulierung der Forschungsfragen basiert auf den theoretischen Ansätzen der Genderforschung, die in Kapitel 2.1.1 Geschlechtertheorien, S. 7 erläutert werden. Entsprechend wird ‚Geschlecht‘ als Strukturvariable verstanden.

4.2 Untersuchungsdesign

4.2.1 Die Untersuchungsmethode

Da es die Beantwortung der Forschungsfragen erforderlich macht, ein möglichst (den Mitteln entsprechend) treffendes gesamtgesellschaftliches Bild zu reproduzieren, wird die quantitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsmethode gewählt. Der Kommunikationswissenschaftler Werner Früh definiert die Inhaltsanalyse wie folgt:

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.“ (Früh 2015, S.29)

Vereinfacht ist die Inhaltsanalyse demnach eine Datenerhebungsmethode, die formale und inhaltliche Merkmale von Texten zielgerichtet beschreibt und damit oft Rückschlüsse auf Sachverhalte außerhalb der Textebene zulässt. Beispielsweise auf die Autor_innen oder die Rezipient_innen. Im Gegensatz zur qualitativen Dokumentenanalyse, die wenige Texte ausführlich interpretiert und dabei nicht in erster Linie repräsentativ sein soll, wird bei der quantitativen Dokumentenanalyse mit großen Stichproben gearbeitet, um allgemeingültige Sachverhalte zu identifizieren. Die quantitative Inhaltsanalyse ermöglicht es, formale und inhaltliche Merkmale von Texten systematisch zu erfassen und messbar zu machen (Vgl. Döring 2016, S. 553).

Die Komplexität dieser Methode hängt stark von den Variablen und Ausprägungen ab, die mit Hilfe des Kategoriensystems codiert werden. Dies ist ein inhaltsanalytisches Datenerhebungsinstrument, mit dessen Hilfe relevante Merkmale von Texten identifiziert und messbar gemacht werden können. Zu den relevanten Merkmalen werden Variablen gebildet, die im Codierbogen definiert, mit detaillierten Anweisungen versehen und als Code verschlüsselt werden. Beispielsweise werden den Ausprägungen der Variable *Geschlecht* die Werte ‚1‘ für *männlich* und ‚2‘ für *weiblich* zugeordnet. Die Ausprägungen der Variablen müssen umfassend, trennscharf, eindimensional und erschöpfend sein (Vgl. Merten 2013, S. 156 f.). Das bedeutet, dass

erstens genau definiert werden muss, welche Ausprägungen die jeweiligen Variablen haben. Zum zweiten müssen die Ausprägungen trennscharf sein, sich also gegenseitig ausschließen. Drittens darf eine Variable nicht mehrere inhaltliche Dimensionen mischen. Viertens muss jedes Untersuchungsobjekt einer Ausprägung zugeordnet werden können. Deshalb werden oft Ausprägungen wie *Sonstiges* oder *Andere* ergänzt (Vgl. Döring 2016, S. 238).

Abschließend werden den einzelnen Variablen und deren Ausprägungen numerische Werte zugeordnet (Vgl. Döring 2016, S. 557). Die Kodierung der Texte übernehmen in der Regel geübte Kodierende, die auf Grundlage des Codebuches einheitlich arbeiten können. Die gewonnenen Messwerte werden im Anschluss statistisch ausgewertet (Vgl. Döring 2016, S. 552 ff.). Nachfolgend wird das Codebuch der Erhebung ausführlich vorgestellt. Dafür werden die Variablen und ausgewählte Variablenausprägungen genauer beschrieben.

4.2.2 Das Datenerhebungsinstrument

Die Bewertung der gleichstellungsspezifischen Qualität des Untersuchungsmaterials wird auf Grundlage des Codebuches (Vgl. digitaler Anhang T: Codebuch) nach Rager und Rinsdorf durchgeführt. Dieses ist in vier Abschnitte gegliedert: Die quantitative-, qualitative-, thematische- und sprachliche Berücksichtigung von Frauen und Männern in der Berichterstattung.

In Bezug auf die *thematische Berücksichtigung* erfasst die erste Variable das *Thema* (V1_Thema) des Artikels. Es wird jeweils nur das Hauptthema erfasst, also jenes, welches den größten Raum einnimmt. Eine Ausprägung der Variable *Thema* ist *Gleichstellungsrelevante Themen*. Wird diese Ausprägung zugeordnet, wird die Variable *Gleichstellungsrelevante Themen* (V1a_FTHER), die wiederum zehn Ausprägungen umfasst, codiert. Die Variable *Berichterstattungsraum* (V2_RAUM) umfasst sechs Ausprägungen. Genauer wird unterschieden, ob die Ereignisse in *Brandenburg*, *Berlin*, *Ostdeutschland*, *Deutschland*, dem *Ausland* oder *sonstigen Ereignisräumen* stattfinden bzw. von Bedeutung sind. Die

Variable *Frauenspezifischer Blickwinkel* (V15_GSPE) erfasst, ob unterschiedliche Konsequenzen eines Ereignisses oder Sachverhaltes für Frauen und Männer thematisiert werden. Wird ein Thema nicht unter einem geschlechtsspezifischen Blickwinkel betrachtet, so wird *lässt sich nicht beurteilen* codiert. Ebenso wird diese Ausprägung gewählt, wenn das Thema die Betrachtung aus einem geschlechtsbewussten Blickwinkel heraus nicht zulässt.

Innerhalb der *quantitativen Berücksichtigung* von Frauen und Männern, wird sowohl die formale (Journalist_innen), als auch die inhaltliche Ebene (Akteur_innen) betrachtet. Die Variablen V3_GSJ1, V3_GSJ2 etc. erfassen das *Geschlecht der Journalist_innen*. Jede Variable steht dabei für eine Person. Das Geschlecht der Journalist_innen wird, so Rager und Rinsdorf, nur dann codiert, wenn es sich eindeutig erschließt. Genauso wird in den Variablen V5.1_GSA1, V5.1_GSA2 etc. das *Geschlecht der Akteur_innen* codiert, die in einem Beitrag erwähnt werden oder zu Wort kommen. Nach Rager und Rinsdorf werden dabei nur natürliche Personen codiert, und das in der Reihenfolge ihres Auftretens. Neben *männlich* und *weiblich* werden außerdem *weibliche Kunstfiguren*, *männliche Kunstfiguren*, *weibliche Kollektivakteurinnen*, *männliche Kollektivakteure* und *heterogene Kollektivakteur_innen* als Ausprägungen der Variablen erfasst. Außerdem kann *es tauchen keine Akteur_innen auf* und das Geschlecht ist *nicht feststellbar* codiert werden. Unter Kollektivakteur_innen werden Gruppen gleichen beziehungsweise verschiedenen Geschlechts verstanden. Im Codebuch nach Rager und Rinsdorf werden neben Journalist_innen und Akteur_innen auch Gesprächspartner_innen codiert.

Für eine ganzheitliche Betrachtung wird auch berücksichtigt, wie über Männer und Frauen berichtet wird. Die Variablen V5.2_STA1, V5.2_STA2 etc. erfassen den *Status der Akteur_innen*. Jede Variable steht dabei für den Status eines Akteurs oder einer Akteurin. Dabei werden immer die Funktionen codiert, in der die Akteur_innen hauptsächlich auftauchen. Die Variablen umfassen insgesamt neunzehn Ausprägungen. Darunter beispielsweise *Politiker_innen*, *einfache Bürger_innen* oder

Menschen aus Randgruppen. Die Variable *Positionen* (V5.3_POA1 etc.) erfasst die Position der Akteur_innen und dient, so Rager und Rinsdorf, der „*detaillierten Erfassung von vorhandenen Geschlechtsrollenstereotypen und alternativen Rollenbildern*.“ (Rager 2001, S. 48) Jede Variable steht dabei für die Position eines Akteurs oder einer Akteurin. Die Ausprägungen der Variablen sind gleichstellungsrelevante Positionen wie *Opfer*, *Lustobjekt* oder *beruflich erfolgreich*. Insgesamt werden 31 verschiedene Ausprägungen vorgegeben. Die Variable *Wertung durch Journalist_in* (V5.4_WEA1 etc.) erfasst, ob und in welcher Weise über die Akteur_innen geurteilt wird. Jede Variable steht dabei für die Bewertung eines Akteurs oder einer Akteurin. Es werden *positive Aussagen*, *sachlich-kritische Aussagen* und *abqualifizierende Aussagen* unterschieden. Die *Aktivität* der Akteur_innen wird in den Variablen V5.5_AKA1, V5.5_AKA2 etc. erfasst. Es wird codiert, ob die Akteur_innen nur genannt werden oder ob sie auch direkt oder indirekt zu Wort kommen. Jede Variable steht dabei für die Aktivität eines Akteurs oder einer Akteurin. Die letzte Variable innerhalb der *qualitativen Berücksichtigung* betrifft die *Stellung der Akteur_innen zur Gleichberechtigung* von Männern und Frauen (V5.7_SGA1 etc.). Jede Variable steht dabei für die Stellung eines Akteurs oder einer Akteurin.

Auf sprachlicher Ebene erfasst die Variable V13_MM, ob der Journalist oder die Journalistin *mitmeinende Sprache* gebraucht. Damit ist gemeint, dass Frauen systematisch unter dem generischen Maskulinum (z.B. als ‚Bürger‘) mitgemeint werden. Die Variablen V5.6_MMA1, V5.6_MMA2 etc. erfassen, ob die Akteur_innen *mitmeinende Sprache* gebrauchen. Des Weiteren wird erfasst, ob Journalist_innen (V13_SYMM) und Akteur_innen (V5.6_SYA1, V5.6_SYA2 etc.) *explizit symmetrische Sprache* verwenden, also Frauen ausdrücklich (z.B. als Bürgerinnen und Bürger) erwähnen. *Offen sexistische bzw. frauenfeindliche Sprache* wird ebenfalls bei Journalist_innen (V13_OSEX) und Akteur_innen (V5.6_OSA1, V5.6_OSA2 etc.) codiert. Die Variablen V13_US und V5.6_USA1, V5.6_USA2 etc. erfassen *unterschwellig bzw. implizit sexistische Formulierungen* der Journalist_innen und Akteur_innen. Die Variable *Kritik an sexistischer Sprache* bildet ab, ob Journalist_innen (V13_KRIT) und Akteur_innen (V5.6_KRA1,

V5.6_KRA2 etc.) sich kritisch zu sexistischer Sprache äußern. Jede dieser Variablen steht für die Sprache einer/s Journalist_in oder einer/s Akteur_in. Neben dem schriftlichen wird auch das bildliche Element eines jeden Artikels berücksichtigt. Zu diesem Zweck erfasst die Variable *Männer und Frauen als Dekoration* (V16.1_DEKO), ob Personen im Bild ausschließlich abgebildet werden, um die Aufmerksamkeit der Rezipient_innen auf den Artikel zu lenken. Die Variable *sexualisierende Darstellung von Männern und Frauen* (V16.2_SEX) erfasst, ob Personen im Bild auf ihre Körper reduziert werden.

Abschließend wird mit Variable V17_GESA ein subjektiver *Gesamteindruck* erfasst. Dieser wird entweder als *Pro*, also in der Gesamttendenz für die geschlechtliche Gleichberechtigung oder als *Contra*, in der Gesamttendenz gegen die geschlechtliche Gleichberechtigung, codiert.

Das zugrundeliegende Categoriesystem wurde von Rager und Rinsdorf auf seine Validität und Reliabilität hin untersucht. Laut der beiden Wissenschaftler hat sich das Codebuch bewährt und wurde als ausreichend verlässlich beurteilt (Vgl. Rager 2001, S. 13).

4.2.3 Untersuchungsmaterial und Stichprobe

Die Methode des *Gender Mainstreaming* zielt darauf ab, alle gesellschaftlich und politisch relevanten Themen aus einem geschlechtsbewussten Blickwinkel heraus zu betrachten. Da Massenmedien gesellschaftliche Meinungen produzieren und reproduzieren (Kapitel 2.2.1 Massenmedien und Gesellschaft, S. 13), kann auf Grundlage medialer Berichterstattung ein gesamtgesellschaftliches Meinungsbild erahnt werden (Vgl. Meyen 2015, S. 36 f.). Das bedeutet, eventuelle Veränderungen seit der Implementierung des *Gender Mainstreaming* sind in den Massenmedien zu suchen. Als Untersuchungsmaterial werden deshalb Tageszeitungen herangezogen, die eine breite Öffentlichkeit erreichen.

Die *Süddeutsche Zeitung* und *DIE WELT* gehören zu den fünf reichweitenstärksten Tageszeitungen in Deutschland (Vgl. Statista 2018). Daher werden diese beiden Qualitätszeitungen für die Untersuchung ausgewählt.

Die Tageszeitungen bilden ein möglichst differenziertes Spektrum ab. Die *Süddeutsche Zeitung* befindet sich auf dem publizistischen Spektrum links, *DIE WELT* rechts von der Mitte (Vgl. Süddeutsche Verlag 2004; Axel Springer 2018).

Untersucht werden Nachrichteninhalte der Jahre 1997 und 2017. Die Zeitspanne von 20 Jahren ist bewusst gewählt. Mit Inkrafttreten des von der Europäischen Union beschlossenen Amsterdamer Vertrags im Jahr 1999 wurde die Methode des *Gender Mainstreaming* in Europa etabliert (Vgl. Remiorz 2014, S. 21). Der Vergleich von 1997 und 2017 zeigt also die Entwicklung seit Einführung des *Gender Mainstreaming* bis heute. Gerade wenn Themenstrukturen im Zeitverlauf dargestellt werden sollen, sind geschichtete Stichproben wie die *Künstliche Woche* üblich. Diese schließen im Gegensatz zu einfachen systematischen Auswahlverfahren, den Einfluss von saisonal bedingten Faktoren aus. Für die Erstellung einer künstlichen Woche wird durch eine reine Zufallsauswahl aus dem Untersuchungszeitraum von jeder Woche ein Wochentag gezogen, der für die folgende Ziehung nicht mehr in Frage kommt. Auf diese Weise setzt sich aus sieben Wochen eine künstliche Woche zusammen (Vgl. Brosius 2012, S. 154).

Als Untersuchungszeitraum werden die Kalenderwochen 22 bis 27 des jeweiligen Jahres betrachtet. Der Untersuchungszeitraum ist im Grunde variabel, da das geschlechterspezifische Rollenverständnis der Massenmedien an keine spezifische Berichterstattung gebunden ist. Dennoch wird darauf geachtet, einen Zeitraum heranzuziehen, der nicht durch ein außerordentliches Ereignis beeinflusst ist. Untersucht werden jeweils die Montags- bis Samstagsausgaben der Tageszeitungen. Da die *Süddeutsche Zeitung* keine Sonntagsausgabe veröffentlicht, werden diese aus Gründen der Vergleichbarkeit nicht in die Untersuchung aufgenommen. In die Untersuchung gehen damit jeweils sechs Zeitungsausgaben pro Untersuchungsjahr und Tageszeitung ein. Insgesamt umfassen die zwei Stichproben damit 24 Zeitungsausgaben.

Aus Gründen der zeitlichen und personellen Kapazität werden nicht alle Artikel einer Ausgabe untersucht, sondern nur der Leitartikel der jeweiligen Ausgabe und zusätzlich die jeweiligen Artikel bzw. Seiten, auf die im Leitartikel verwiesen wird. Tabelle 1 gibt eine allgemeine Übersicht zu dem Stichprobenkonzept der Studie.

Tabelle 1: Das Stichprobenkonzept

| Medium | Stichprobe | |
|---|----------------------|------------------------|
| <i>Süddeutsche Zeitung</i> <i>DIE WELT</i> | KW 22 bis KW 27 2017 | Montag, 26.06.2017 |
| | | Dienstag, 13.06.2017 |
| | | Mittwoch, 05.07.2017 |
| | | Donnerstag, 01.06.2017 |
| | | Freitag, 9.06.2017 |
| | | Samstag, 24.06.2017 |
| | | Montag, 23.06.1997 |
| | KW 22 bis KW 27 1997 | Dienstag, 10.06.1997 |
| | | Mittwoch, 02.07.1997 |
| | | Donnerstag, 29.05.1997 |
| | | Freitag, 06.06.1997 |
| | | Samstag, 21.06.1997 |

Quelle: eigene Darstellung

4.3 Empirische Umsetzung der Inhaltsanalyse

4.3.1 Codierung

Im Rahmen des Codiervorgangs werden zunächst die formalen Variablen codiert. Konkret werden nach der Identifizierung der relevanten Artikel (Kapitel 4.2.3 Untersuchungsmaterial und Stichprobe, S. 33) jeweils deren *Erscheinungsmedium* und deren *Erscheinungsdatum* codiert, sowie der/die Autor_in. So kann später besser nachvollzogen werden, welcher Code zu welchem Artikel gehört. Außerdem ermöglicht dies während der Analyseauswertung, nach beiden Variablen zu sortieren und so beispielsweise gesonderte Aussagen über alle Artikel aus dem Jahr 1997 treffen zu können. Im zweiten Schritt werden dann die inhaltlichen Merkmale (Kapitel 4.2.2 Das Datenerhebungsinstrument, S. 30) erfasst. Dieser Codiervorgang erfolgt nach dem Codierbogen von Rager und Rinsdorf (Vgl. digitaler Anhang T: Codebuch).

Dennoch ergeben sich, bezogen auf das Codebuch, für die vorliegende Untersuchung einige Abweichungen. Beispielsweise wird der *Berichterstattungsraum* erfasst, um das politische Handlungsfeld exakter beschreiben zu können. Im Unterschied zur Untersuchung von Rager und Rinsdorf ist für die vorliegende Untersuchung eine Differenzierung der Ereignisräume *Brandenburg*, *Berlin*, *Ostdeutschland* und *Deutschland* jedoch nicht von Bedeutung, sodass die Artikel nur den Räumen *Deutschland*, *Ausland* oder *sonstigen Ereignisräumen* zugeordnet werden. Nach Rager und Rinsdorf wird das *Geschlecht der Akteur_innen* ebenso codiert wie das *Geschlecht der Journalist_innen*. Letzteres wird nur dann codiert, wenn es sich aus der Autorenzeile eindeutig ergibt. Kürzel werden nicht recherchiert, weil die direkte Sichtbarkeit von Frauen und Männern für die Rezipient_innen untersucht werden soll. Nach der Theorie von Rager und Rinsdorf werden nur natürliche Personen als Akteur_innen codiert. In der konkreten Umsetzung wird dies genauer definiert. Beispielsweise werden alleinstehende Pronomen nicht als natürliche Person anerkannt und demnach nicht codiert. Auch werden Personen oder Personengruppen, hinter denen keine handelnde Person steckt, nicht codiert. Ein Beispiel bildet der Satz: „In Frankreich, wie auch sonstwo in den westlichen Demokratien, herrscht der Chic der Radikalität, der Glamour des Anführers, die Verheißung des Revolutionärs.“

(Kornelius 2017, S. 4) Weder der/die Anführer_in noch der/die Revolutionär_in werden in diesem Zusammenhang als Akteur_innen codiert, denn sie sind nicht Teil der Handlung, sondern lediglich beschreibendes Element. Ein weiteres Beispiel für Personen oder Personengruppen, die allein eine metaphorische Bedeutung haben, ist dieses:

„In dieser Verfassung gleicht die EU einem Hausbesitzer, dem es durchs Dach regnet und dem die Fensterscheiben in Scherben liegen, der aber keinen Handwerker bestellt, sondern stur mit einem verfeindeten Nachbarn über die Pflanzung der Gartenhecke vor Gericht zieht.“ (Schümer 2017, S. 1).

In diesem Beispiel wird die EU zum/zur Hausbesitzer_in. Da die EU hier als Handelnde_r auftritt, jedoch keine natürliche Person ist, werden demnach weder die EU, noch der/die Hausbesitzer_in, der/die Handwerker_in oder der/die Nachbar_in als Akteur_innen codiert. Diese und andere genannte Beispiele machen deutlich, wie vielschichtig die Beurteilungen während der Codierung sind. Im Codebuch nach Rager und Rinsdorf werden neben Journalist_innen und Akteur_innen auch Gesprächspartner_innen codiert. Da in dieser Analyse jedoch keine Radiobeiträge untersucht werden, spielen letztere keine Rolle. Die Erfassung von geschlechtsspezifischen Stereotypen und alternativen Rollenbildern findet nur dann statt, wenn der/die Akteur_in hauptsächlich in einer Rolle oder Position dargestellt wird. Wird beispielsweise der CDU Politiker Daniel Günther als *der* ‚Schwermatrose‘ betitelt und sein Werdegang zum neuen Regierungschef in Schleswig-Holstein thematisiert (Vgl. Exner 2017, S. 5), so wird seine Position als beruflich erfolgreich codiert. Wird hingegen von einem Gipfeltreffen des US-Präsidenten Bill Clinton mit dem EU-Ratspräsidenten Wim Kok und dem Präsidenten der Europäischen Kommission Jacques Santer berichtet, werden diese nicht als beruflich erfolgreich codiert, da deren Position nur indirekt eine Rolle spielt (Vgl. Hetzel 1997, S. 1).

Die verschlüsselten Werte werden in zwei Tabellen codiert. In der ersten Tabelle (Vgl. digitaler Anhang U: Code_Tabelle_Artikel) wird jeder untersuchte Artikel erfasst. Die zweite Tabelle (Vgl. digitaler Anhang V: Code_Tabelle_Akteur_innen) enthält zusätzlich gesondert alle Akteur_innen und die entsprechenden Variablen, die den

Akteur_innen zugeordnet werden. Diese Unterscheidung ist für die anschließende Auswertung mit dem Analyseprogramm *IBM SPSS Statistics* notwendig.

4.3.2 Umsetzung mit IBM SPSS Statistics

Die Auswertung der quantitativen Inhaltsanalyse wird mit dem Programm *IBM SPSS Statistics* umgesetzt. Das *Superior Performing Software System*, kurz *SPSS*, ist ein System zur statistischen Datenanalyse (Vgl. Eckstein 2016, S. 2). Nachdem die erhobenen Daten in das Analyseprogramm geladen sind, muss jede Variable genau definiert werden, damit die Auswertung der Daten durchgeführt werden kann. Die *SPSS* Variablendefinition umfasst die Festlegung der Variableneigenschaften *Name, Typ, Format, Label, fehlende Werte, Ausrichtung, Skala* (Messniveau) und *funktionale Rolle* (Vgl. Eckstein 2016, S. 22). Auf ausgewählte, da relevante, Einstellungen soll folgend näher eingegangen werden:

Neben dem möglichst kurzen *Variablennamen* kann ein ‚sprechendes‘ *Variablenlabel* vergeben werden. Dieses Label wird später, beim Auswurf der Ergebnistabellen, als Variablenbezeichnung verwendet. Zusätzlich zur Definition des *Variablenlabels* ist die Definition der *Wertelabels* essentiell. Hier werden den codierten Zahlen wieder die entsprechenden Werte zugeordnet. Beispielsweise ‚1‘ für *männlich* und ‚2‘ für *weiblich*.

Fehlende Werte, deren Einbeziehen das Ergebnis verfälschen würde, müssen als solche definiert werden, damit sie von den statistischen Erhebungen ausgeschlossen werden (Vgl. Janssen 2017, S. 23). Da *fehlende Werte* also ‚herausgerechnet‘ werden, weicht die Anzahl der verarbeiteten Fälle gelegentlich von der Gesamtheit der Fälle ab. Die Datentabelle kann aus verschiedenen Gründen, beispielsweise durch Unachtsamkeit während des Codierens, Fehler aufweisen. Vor der Auswertung sollte deshalb eine Datenbereinigung durchgeführt werden. Das bedeutet, eventuelle Fehler sollten möglichst identifiziert und behoben werden. Leere Zellen oder undefinierte Werte können mit Hilfe von *SPSS* leicht gefunden werden, da diese automatisch als Fehler erkannt werden. Logische Fehler sind im Allgemeinen durch einfache Häufigkeitsauszählungen am besten zu identifizieren (Vgl. Janssen 2017, S. 29 f.).

Tabelle 2 zeigt beispielhaft die Häufigkeit der Akteurinnen und Akteure, die im Rahmen der Untersuchung codiert wurden. Es sind zwei Tabellen dargestellt. Die erste, kleinere Tabelle, enthält Angaben über die Zahl der gültigen und fehlenden Fälle. In der zweiten Tabelle werden auf der linken Seite die Attribute der Variable *Geschlecht Akteur_in* gelistet. Zusätzlich wird ganz unten eine Zelle *Gesamt* ausgegeben. In der nächsten Spalte wird die absolute Häufigkeit der codierten Akteur_innen angegeben, sowie deren Gesamtsumme. Die dritte Spalte enthält den prozentualen Anteil der Geschlechtergruppen, berechnet auf Basis aller Akteur_innen. In der darauf folgenden Spalte sind ebenfalls die Prozentwerte angegeben, jedoch unter Ausschluss der fehlenden Werte. Da in diesem Fall keine fehlenden Werte vorhanden sind, unterscheiden sich die Werte nicht. In der letzten Spalte finden sich die kumulierten Prozentwerte auf Basis der gültigen Werte (Vgl. Janssen 2017, S. 35 f.).

Tabelle 2: Beispiel einer Häufigkeitsauszählung

Statistiken

Geschlecht Akteur*in

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Gültig | 829 |
| | Fehlend | 0 |

Geschlecht Akteur*in

| | | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
|--------|----------------------------------|------------|---------|---------------------|------------------------|
| Gültig | männlich | 376 | 45,4 | 45,4 | 45,4 |
| | weiblich | 58 | 7,0 | 7,0 | 52,4 |
| | Kollektivakteur*in, männlich | 24 | 2,9 | 2,9 | 55,2 |
| | Kollektivakteur*in, heterogen | 354 | 42,7 | 42,7 | 97,9 |
| | nicht feststellbar | 17 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Gesamt | 829 | 100,0 | 100,0 | |

Quelle: Eigene Darstellung mit IBM SPSS Statistics

Diese einfache Häufigkeitsauszählung bietet schon viele Erkenntnisse, dennoch ist ein Zusammenhang von mehreren Variablen für die Evaluation interessant. Zu diesem Zweck werden Kreuztabellen erstellt.

Tabelle 3 zeigt eine Kreuztabelle am Beispiel der Verteilung von Akteur_innen nach Jahr. Auch hier werden zwei Tabellen dargestellt. Wie schon in Tabelle 2, enthält die erste Tabelle Angaben über die Zahl der gültigen und fehlenden Fälle. Die zweite Tabelle ist die eigentliche Kreuztabelle. Hier wird die Anzahl der jeweiligen Wertekombinationen angegeben. Da absolute Häufigkeiten schwer zu interpretieren sind, können zusätzlich Prozentwerte ausgegeben werden. Bei Kreuztabellen ist es wichtig zu entscheiden, ob Zeilen- und/oder Spaltenprozentangegeben werden sollen. In diesem Fall würde *zeilenweises* Prozentuieren die Verteilung innerhalb von *Geschlecht Akteur_innen* anzeigen, während *spaltenweises* Prozentuieren die Verteilung innerhalb von *Jahr* zeigen würde (Vgl. Janssen 2017, S. 41). Mit Hilfe dieser Auszählungsverfahren werden alle erhobenen Daten analysiert. Nachfolgend werden ausgewählte Ergebnisse dieser Analyse vorgestellt.

Tabelle 3: Beispiel einer Kreuztabelle

Verarbeitete Fälle

| | Fälle | | | | | |
|--------------------------------|--------|---------|---------|---------|--------|---------|
| | Gültig | | Fehlend | | Gesamt | |
| | N | Prozent | N | Prozent | N | Prozent |
| Geschlecht Akteur*in * Jahr | 829 | 100,0% | 0 | 0,0% | 829 | 100,0% |

Geschlecht Akteur*in * Jahr Kreuztabelle

Anzahl

| | | Jahr | | Gesamt |
|----------------------|----------------------------------|------|------|--------|
| | | 1997 | 2017 | |
| Geschlecht Akteur*in | männlich | 181 | 195 | 376 |
| | weiblich | 10 | 48 | 58 |
| | Kollektivakteur*in, männlich | 22 | 2 | 24 |
| | Kollektivakteur*in, heterogen | 127 | 227 | 354 |
| | nicht feststellbar | 12 | 5 | 17 |
| Gesamt | | 352 | 477 | 829 |

Quelle: Eigene Darstellung mit IBM SPSS Statistics

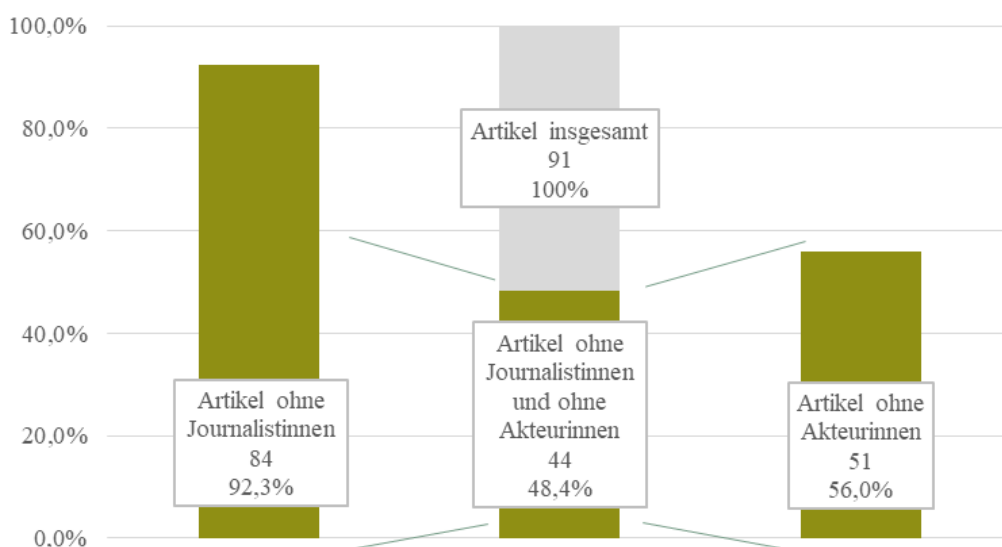
5 Ergebnisse

Relevante Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse werden im Folgenden nach den vier Untersuchungsdimensionen vorgestellt: der quantitativen-, der qualitativen-, der thematischen- und der sprachlichen Dimension. Dabei werden eventuelle Unterschiede zwischen den Jahren genauer betrachtet. Aus Gründen der Übersichtlichkeit liegt der Fokus der Auswertung klar auf dem Vergleich der beiden Geschlechter Mann und Frau.

5.1 Quantitative Berücksichtigung

Die quantitative Auszählung von Frauen und Männern in der Berichterstattung bzw. als Berichtende ist allein wenig aussagekräftig, jedoch grundlegend für eine geschlechtsbewusste Berichterstattung. Vor diesem Hintergrund gibt die Häufigkeit, mit der Männer und Frauen an der Berichterstattung beteiligt sind, einen ersten eindeutigen Hinweis auf den Stellenwert geschlechtsspezifischer Gleichstellung. Ein anschauliches Beispiel zeigt Abbildung 6.

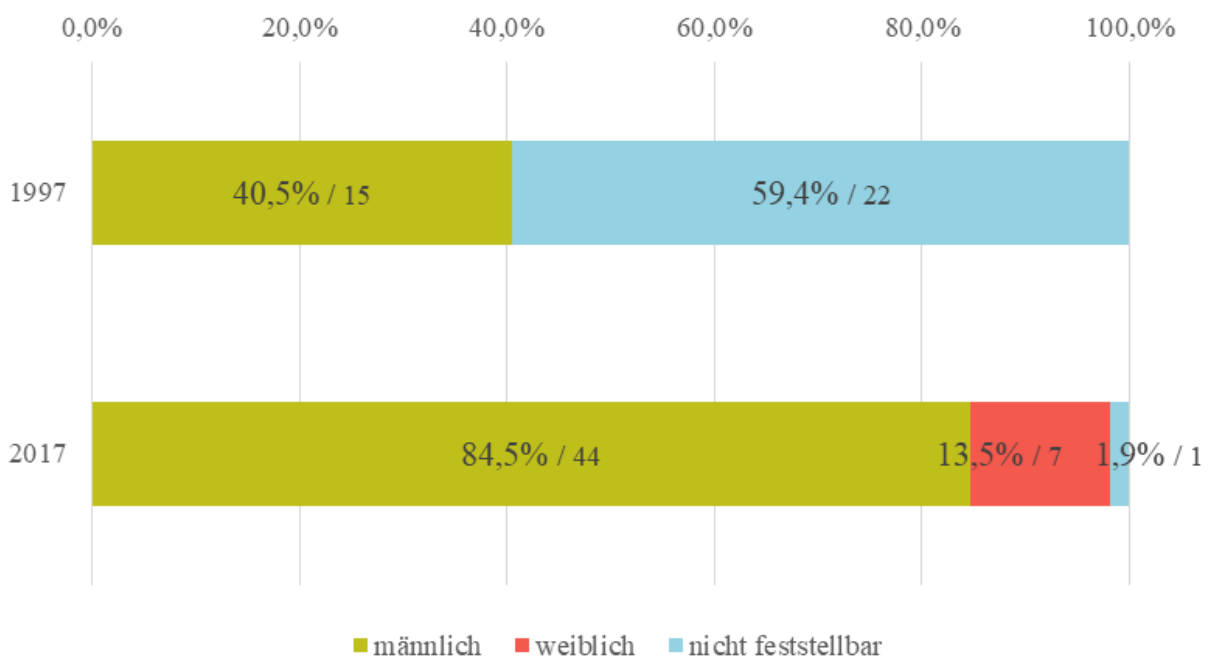
Abbildung 6: Artikel ohne weibliche Beteiligung



Quelle: Eigene Darstellung

Von insgesamt 91 untersuchten Artikeln kommen 84 ohne beteiligte Journalistin und 51 ohne die explizite Nennung einer Akteurin aus. Das bedeutet, dass Frauen in rund 48 Prozent aller untersuchten Beiträge, überhaupt nicht auftauchen. Dabei ist nicht berücksichtigt, dass Akteurinnen oder Journalistinnen doch beteiligt, aber sprachlich nicht erkennbar sind (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54). Auch macht dieses Beispiel deutlich, dass die Präsenz von Männern und Frauen auf zwei Ebenen berücksichtigt werden muss. Zum einen die Häufigkeit von Journalistinnen und Journalisten und zum anderen die von Akteurinnen und Akteuren. Dieser Annahme folgend zeigt Abbildung 7 zunächst den Anteil an männlichen und weiblichen Journalist_innen in den Jahren 1997 und 2017.

Abbildung 7: Geschlecht der Journalist_innen nach Jahr

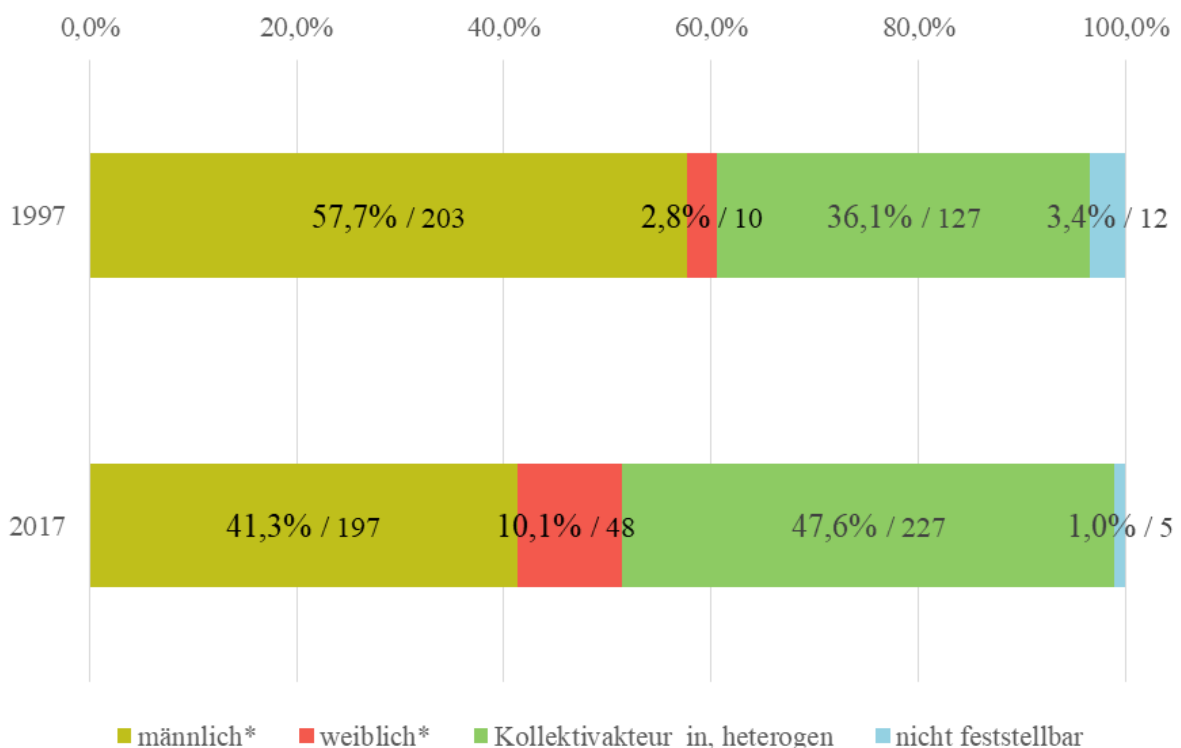


Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Die Berichterstattung des Jahres 1997 ist ausschließlich Männerdomäne, denn im Untersuchungszeitraum ist kein untersuchter Artikel von einer Frau geschrieben worden.

Der auffallend große Anteil von 59,5 Prozent an Beiträgen, bei denen das Geschlecht der Verfasser_innen nicht identifiziert werden kann, spielt dabei kaum eine Rolle. In der Wahrnehmung der Rezipient_innen ist die Frau als Journalistin nicht sichtbar. Auch im Jahr 2017 sind lediglich 13,5 Prozent der untersuchten Artikel von Frauen, aber 84,6 Prozent von Männern verfasst worden. Damit können insgesamt nur 7,9 Prozent aller untersuchten Beiträge Journalistinnen zugeordnet werden. Diese wurden ausschließlich in der Zeitung *DIE WELT* veröffentlicht (Vgl. analoger Anhang A: Geschlecht der Journalist_innen nach Medium, S. 81). In der untersuchten Stichprobe ist die geschlechterspezifische Verteilung der Akteur_innen ähnlich wie die der Journalist_innen: Auch hier ist die Dominanz der Männer sichtbar, die sich wie ein roter Faden durch alle weiteren Ergebnisse zieht. In Abbildung 8 ist der Anteil an Akteuren und Akteurinnen der Jahre 1997 und 2017 dargestellt.

Abbildung 8: Geschlecht der Akteur_innen nach Jahr



* inkl. Kollektivakteur_innen

Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

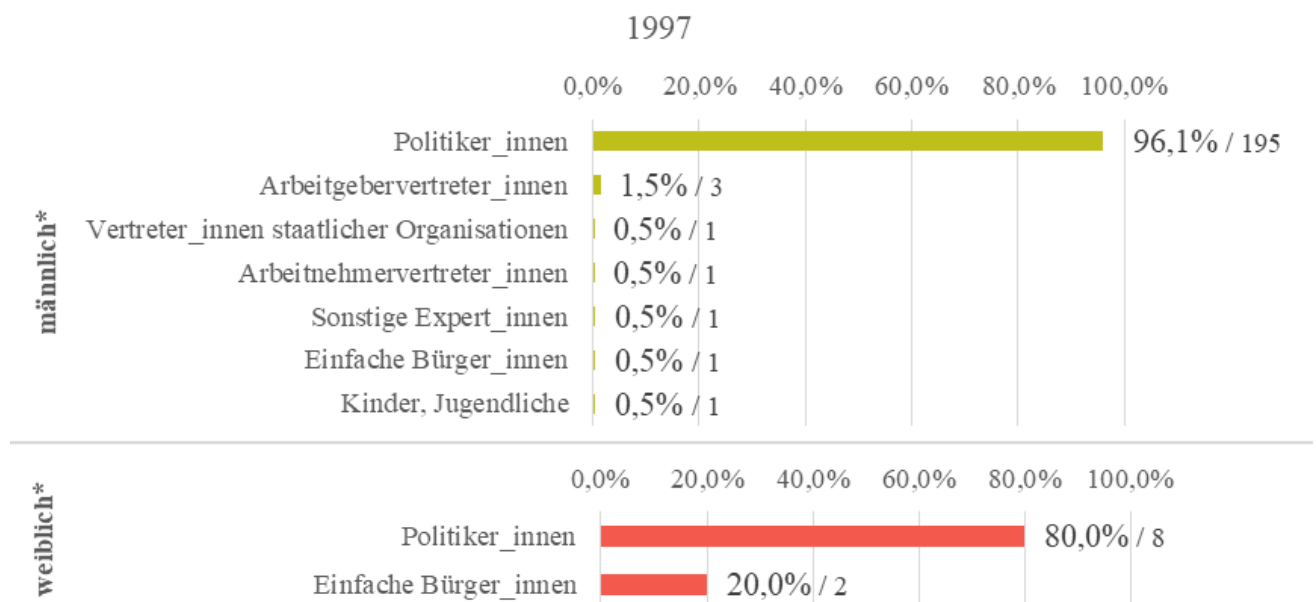
Im Jahr 1997 ist über die Hälfte der genannten Personen männlich (57,7%). Hingegen bilden weibliche Akteurinnen mit 2,8 Prozent den geringsten Anteil, sogar hinter den Akteur_innen, deren Geschlecht nicht feststellbar ist (3,4%). Die zweitgrößte Gruppe im Jahr 1997 stellen heterogene Kollektivakteur_innen (36,1%), also gemischtgeschlechtliche Gruppen, dar. Im Jahr 2017 bilden Letztere mit 47,6 Prozent sogar den größten Anteil. Männer stellen mit 41,3 Prozent die zweitgrößte Gruppe dar. Der Anteil der weiblichen Akteurinnen hingegen liegt bei nur 10,1 Prozent. Die geschlechtsspezifische Verteilung der handelnden Personen in der liberalen *Süddeutschen Zeitung* und der konservativen Zeitung *DIE WELT* weist keine wesentlichen Unterschiede auf. In beiden Zeitungen bilden die heterogenen Kollektivakteur_innen und männliche Personen mit Abstand den größten Anteil. Frauen sind in beiden Zeitungen weit weniger häufig vertreten. In der Zeitung *DIE WELT* machen sie 7,1 Prozent in der *Süddeutschen Zeitung* 6,8 Prozent der Akteur_innen aus (Vgl. analoger Anhang B: Geschlecht der Akteur_innen nach Medium, S. 81).

5.2 Qualitative Berücksichtigung

Ein zentrales Merkmal einer gleichstellungsbewussten Berichterstattung ist die qualitative Berücksichtigung von Frauen und Männern. Damit ist gemeint, in welchen Statusfunktionen Personen dargestellt werden und welche Rollen sie einnehmen. Daran lässt sich unter anderem erkennen, ob die Berichterstattung lediglich geschlechtsspezifische Stereotype nachbetet oder auch alternative Rollenbilder aufgreift. In der Regel treten Akteur_innen grob in zweierlei Gruppen auf. Zum einen sind sie ‚Entscheider‘ oder ‚Entscheiderinnen‘, also Personen wie politische Führer_innen, Vertreter_innen aus der Wirtschaft oder anderen Interessenverbänden, die als handelnde Personen am politischen Geschehen unseres Landes beteiligt sind. Zum anderen werden Akteur_innen als Frauen und Männer dargestellt, die keine bestimmte Funktion haben, sondern beispielsweise als Bürger_innen oder Arbeitnehmer_innen, als ‚Menschen von der Straße‘, von den Entscheidungen der ersten Gruppe betroffen sind.

Sowohl im Jahr 1997 als auch im Jahr 2017 treten, wegen der thematischen Eingrenzung wenig überraschend, Männer und Frauen deutlich überwiegend als *Politiker_innen* auf. Darüber hinaus zeigen sich große Unterschiede in der Berichterstattung über Männer und Frauen. Abbildung 9 zeigt den *Status* der Akteurinnen und Akteure in der Berichterstattung des Jahres 1997. Im Jahr 1997 wird ausnahmslos von *Politikerinnen* (80%) oder *einfachen Bürgerinnen* (20%) berichtet. Andere Funktionen besetzen weibliche Personen nicht.

Abbildung 9: Status der Akteur_innen im Jahr 1997



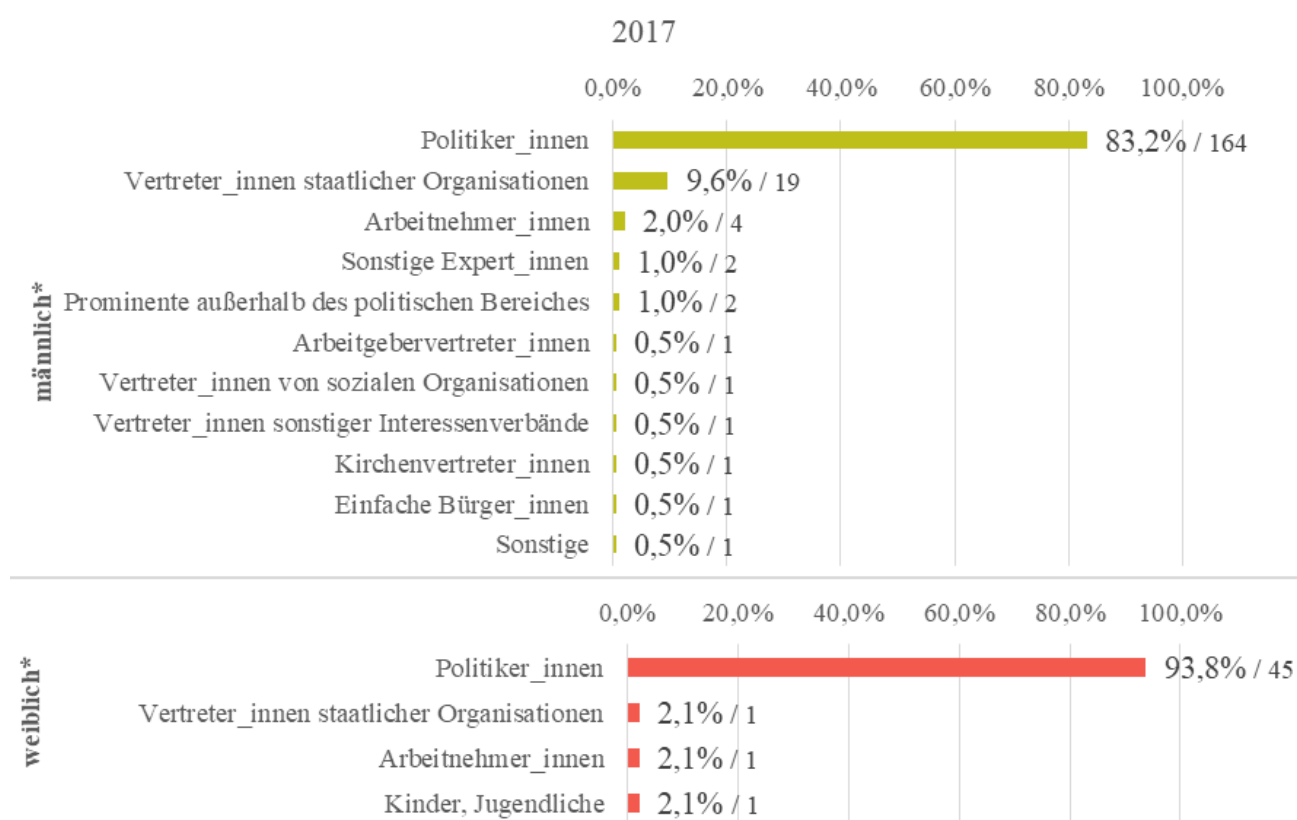
* inkl. Kollektivakteur_innen

Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Im Gegensatz zu den Akteurinnen werden Männer im Jahr 1997 deutlich häufiger in unterschiedlichen Statusgruppen dargestellt: Neben den *Politikern* (96,1%) machen die *Arbeitgebervertreter* (1,5%) den zweitgrößten Anteil der Akteure aus. Außerdem besetzen Männer zu gleichen Teilen die Funktionen *Vertreter einer staatlichen Organisation*, *Arbeitnehmervertreter*, *Experte*, *Bürger* und *Minderjähriger* (0,5%). Demnach treten Männer nicht nur in mehr Statusgruppen auf, sondern sind auch überwiegend in ‚Entscheider‘ Funktion dargestellt, während Frauen häufiger als ‚Personen von der Straße‘ auftreten. Im Jahr 2017 zeigt sich ein ähnliches

Bild. Abbildung 10 stellt den *Status* der Akteurinnen und Akteure in der Berichterstattung des Jahres 2017 dar. Frauen treten im Jahr 2017 nicht nur als *Politikerinnen* (93,8%) auf, sondern sind zu gleichen Teilen auch *Vertreterinnen einer staatlichen Institution, Arbeitnehmerinnen* und *minderjährige Mädchen* (2,1%). Dennoch kommen Männer wieder in deutlich mehr Statusgruppen vor: Akteure treten als *Politiker* (83,2%) und als *Vertreter staatlicher Organisationen* (9,6%) auf. Darüber hinaus sind sie *Arbeitnehmer* (2%), *Sonstige Experten* (1%), *Prominente außerhalb des politischen Bereiches* (1%) und zu gleichen Teilen *Arbeitgebervertreter, Vertreter von sozialen Organisationen, Vertreter sonstiger Interessenverbände, Kirchenvertreter, einfache Bürger* oder treten als *Sonstige* (0,5%) auf.

Abbildung 10: Status der Akteur_innen im Jahr 2017

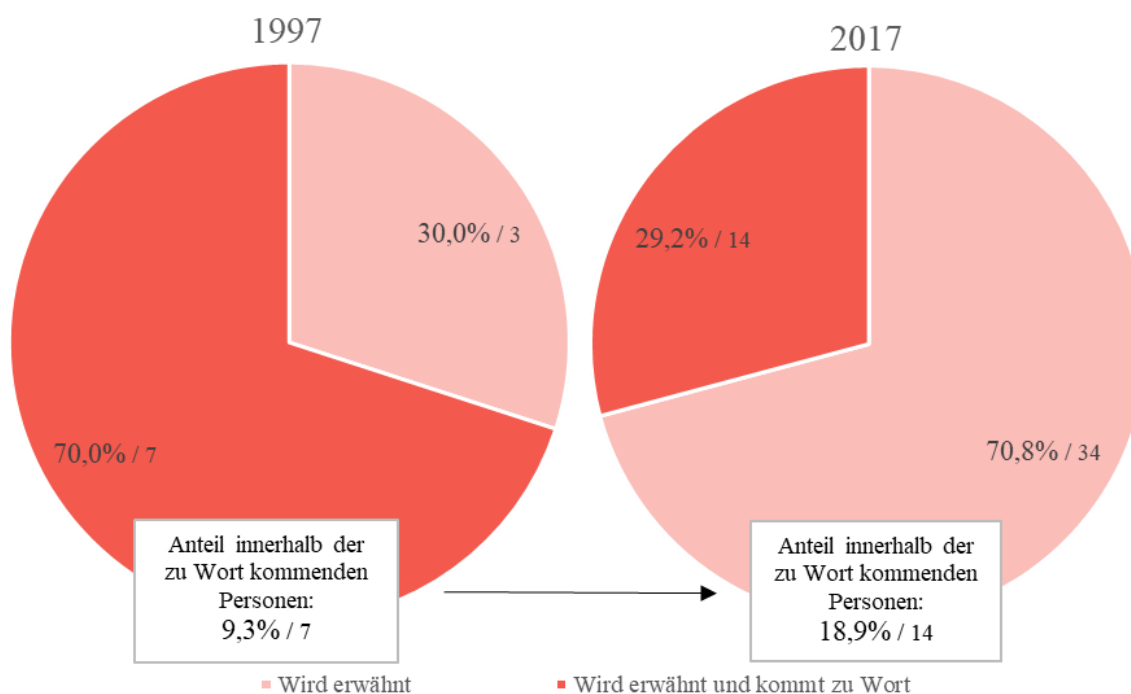


* inkl. Kollektivakteur_innen

Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Auch im Jahr 2017 werden Männer demnach überwiegend als ‚Entscheider‘ dargestellt. Im Gegensatz zu 1997 verschiebt sich jedoch das traditionelle Bild der Frau etwas. Frauen werden nicht ausschließlich als ‚funktionslose‘ *Bürgerinnen* dargestellt, sondern treten auch als *Vertreterinnen einer staatlichen Institution* und als *Arbeitnehmerinnen* in Erscheinung. Dazu passt, dass die Anzahl der Akteurinnen, die im Jahr 2017 zu Wort kommen, im Verhältnis zum Jahr 1997 um das Doppelte ansteigt. Im Jahr 1997 sind lediglich 9,3 Prozent der Personen weiblich, die mit einem direkten oder indirekten Zitat in der Berichterstattung zu Wort kommen. Im Jahr 2017 sind es 18,9 Prozent. Dies wird in Abbildung 11 dargestellt. Außerdem zeigt das Diagramm, dass im Jahr 1997 Akteurinnen, wenn sie erwähnt werden, in der Regel (70%) auch zu Wort kommen. Im Jahr 2017 werden Zitate von jeweils knapp 30 Prozent der männlichen und weiblichen Personen in der Berichterstattung aufgenommen. Da Frauen jedoch seltener als Akteurinnen auftreten, ist der Anteil der Äußerungen von weiblichen Personen dennoch insgesamt deutlich geringer.

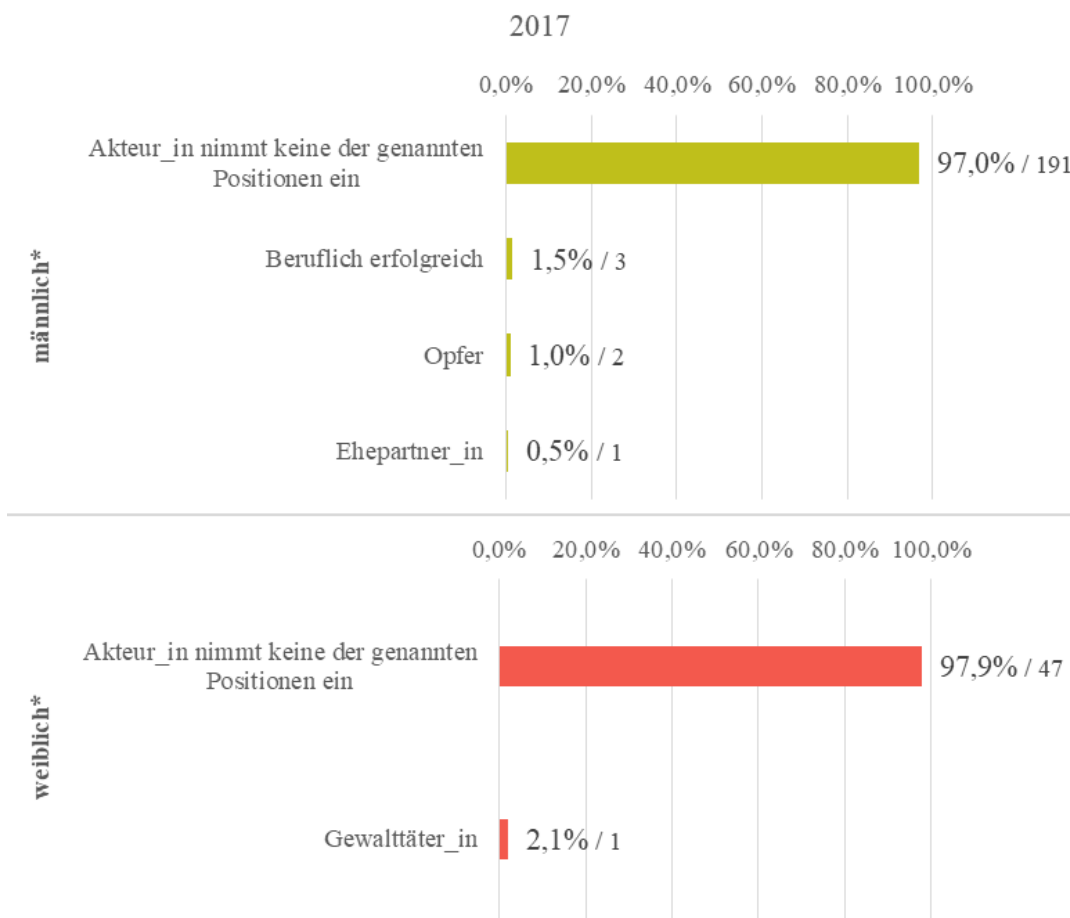
Abbildung 11: Aktivität der Akteurinnen*



* inkl. Kollektivakteur_innen
Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Neben dem *Status* und der *Aktivität* von Männern und Frauen in der Berichterstattung ist auch von Interesse, wie viele männliche und weibliche Personen in gleichstellungsrelevanter *Position* auftauchen. Im Jahr 1997 kann ausschließlich Akteurinnen eine gleichstellungsrelevante Position zugeordnet werden. Es treten 20 Prozent der Frauen als *Ehepartnerinnen* / *Anhängsel* auf (Vgl. analoger Anhang C: Position der Akteur_innen 1997, S. 82). In einem Beitrag der Zeitung *DIE WELT* beispielsweise wird über „*US-Präsident Clinton und dessen Frau Hillary*“ berichtet (Vgl. Brüggemann 1997, S. 1). Im Jahr 2017 können nur 3,1 Prozent der Männer und 2,1 Prozent der Frauen gleichstellungsrelevante Positionen zugeordnet werden. Abbildung 12 stellt diese Positionen dar.

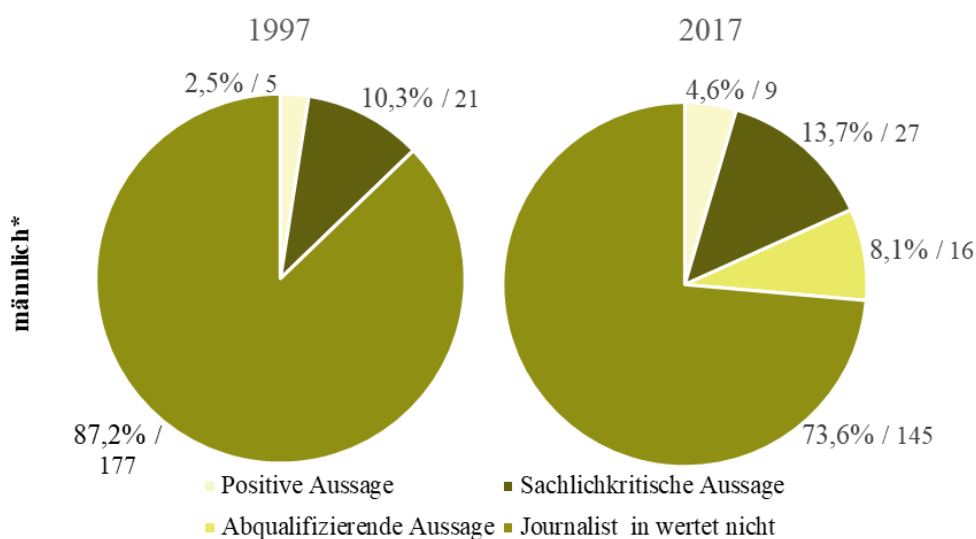
Abbildung 12: Position der Akteur_innen im Jahr 2017



* inkl. Kollektivakteur_innen
Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

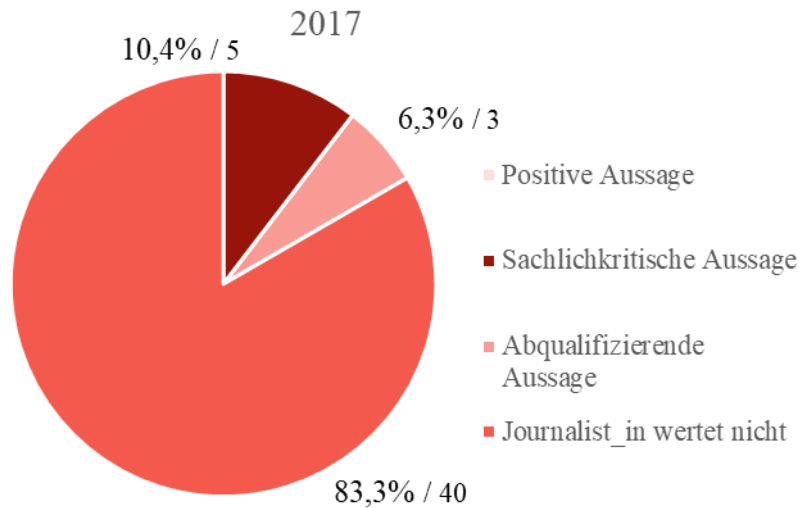
Insgesamt 1,5 Prozent der männlichen Akteure werden als *beruflich erfolgreich* dargestellt. Es sind jedoch auch Ansätze für das Aufbrechen stereotyper Positionen erkennbar. Beispielsweise tritt in der *Süddeutschen Zeitung* Jared Kushner (Vgl. Wetzel 2017, S. 1) als *Ehepartner/‘Anhängsel’* (0,5%) von Ivanka Trump auf. Außerdem werden ausschließlich männliche Akteure als *Opfer* (1%) dargestellt, während eine Frau als *Gewalttäterin* (2,1%) agiert. Dabei handelt es sich konkret um einen „[...]Messerangriff eines jungen Mädchens auf einen Polizisten in Hannover [...]“ (Graw 2017, S. 1), welcher in der Zeitung *DIE WELT* zur Sprache gebracht wird. In keinem untersuchten Artikel beziehen Männer oder Frauen Stellung zur Gleichberechtigung (Vgl. Anhang D: Stellung zur Gleichberechtigung pro Jahr, S. 82). Für eine geschlechtsbewusste Berichterstattung ist es auch von Bedeutung, ob Journalist_innen über Akteurinnen und Akteure in der Berichterstattung urteilen und wie diese Wertung aussieht. Im Jahr 1997 wird über Frauen überhaupt nicht geurteilt, während 2,5 Prozent der Männer *positiv* und 10,3 Prozent *sachlich kritisch* bewertet werden. Im Jahr 2017 spielt die Objektivität der Berichtersteller_innen offensichtlich eine weniger große Rolle, denn insgesamt werden deutlich mehr Akteur_innen durch Äußerungen der Journalist_innen beurteilt. Die Abbildungen 13 und 14 (S. 50) stellen diese Wertungen der Akteur_innen durch die Journalist_innen grafisch dar.

Abbildung 13: Wertung der Akteure durch Journalist_innen nach Jahr



* inkl. Kollektivakteur_innen
Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Abbildung 14: Wertung der Akteurinnen durch Journalist_innen im Jahr 2017



* inkl. Kollektivakteur_innen

Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

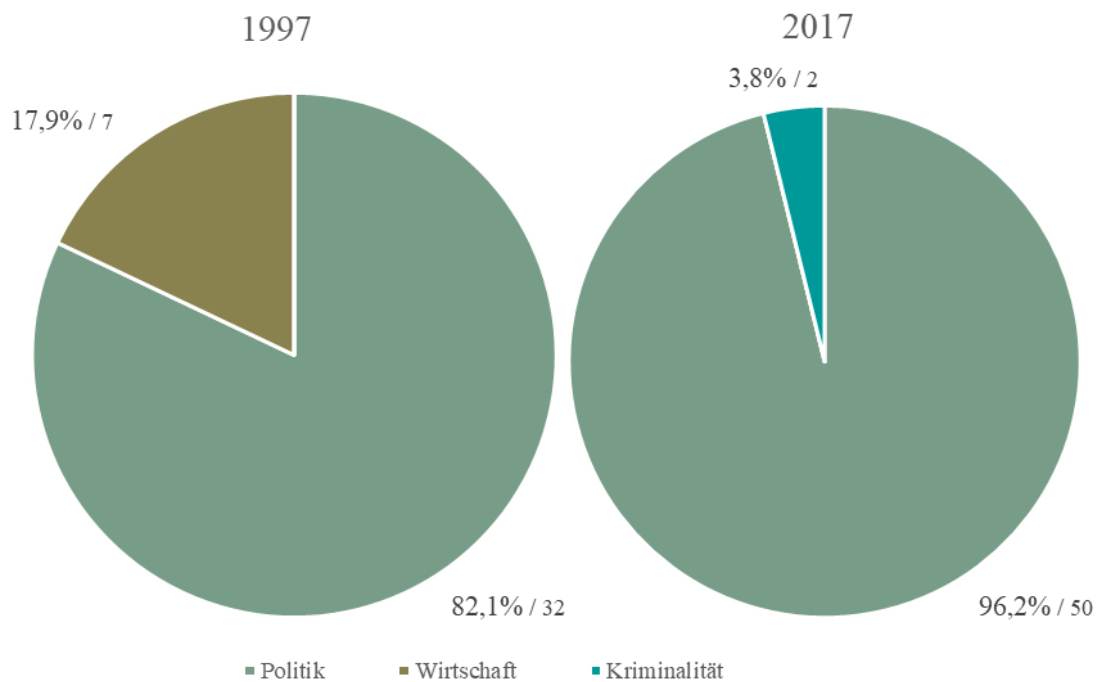
Über männliche Akteure wird häufiger geurteilt als über Frauen. Diese Wertungen sind zum größten Teil *sachlich kritisch* (13,7%), aber auch *abqualifizierend* (8,1%). 4,6 Prozent der Akteure werden mit *positiven* Aussagen bewertet. Zu weiblichen Akteur_innen finden sich keine *positiven* Äußerungen. 10,4 Prozent von ihnen werden jedoch *sachlich kritisch* und 6,3 Prozent *abqualifizierend* beurteilt. Alle von Journalistinnen verfassten Beiträge enthalten zum einen sehr wenige und zum anderen ausschließlich *positiv* wertende Äußerungen (Vgl. analoger Anhang E: Wertung der Akteur_innen durch Journalistinnen, S. 83).

5.3 Thematische Berücksichtigung

Der thematischen Berücksichtigung lassen sich drei zentrale Aspekte zuordnen: Es ist erstens von Interesse, ob die Berichterstattung von und über Frauen und Männer je nach Themenbereich variiert. Zweitens wird untersucht, ob und in welchem Umfang über *gleichstellungsrelevante Themen* berichtet wird. Dazu gehören beispiels-

weise Themen wie die Repräsentanz von Frauen in politischen Gremien, Gewalt gegen Frauen oder die Frauenquote in Aufsichtsräten. Drittens wird geprüft, ob innerhalb der Berichterstattung ein *geschlechtsspezifischer Blickwinkel* eingenommen, also auf unterschiedliche Auswirkungen für Männer und Frauen hingewiesen wird. Bevor auf die geschlechtsspezifische Verteilung einzelner Themenbereiche eingegangen wird, soll zunächst in Abbildung 15 die allgemeine Verteilung der Themenbereiche dargestellt werden.

Abbildung 15: Thema nach Jahr

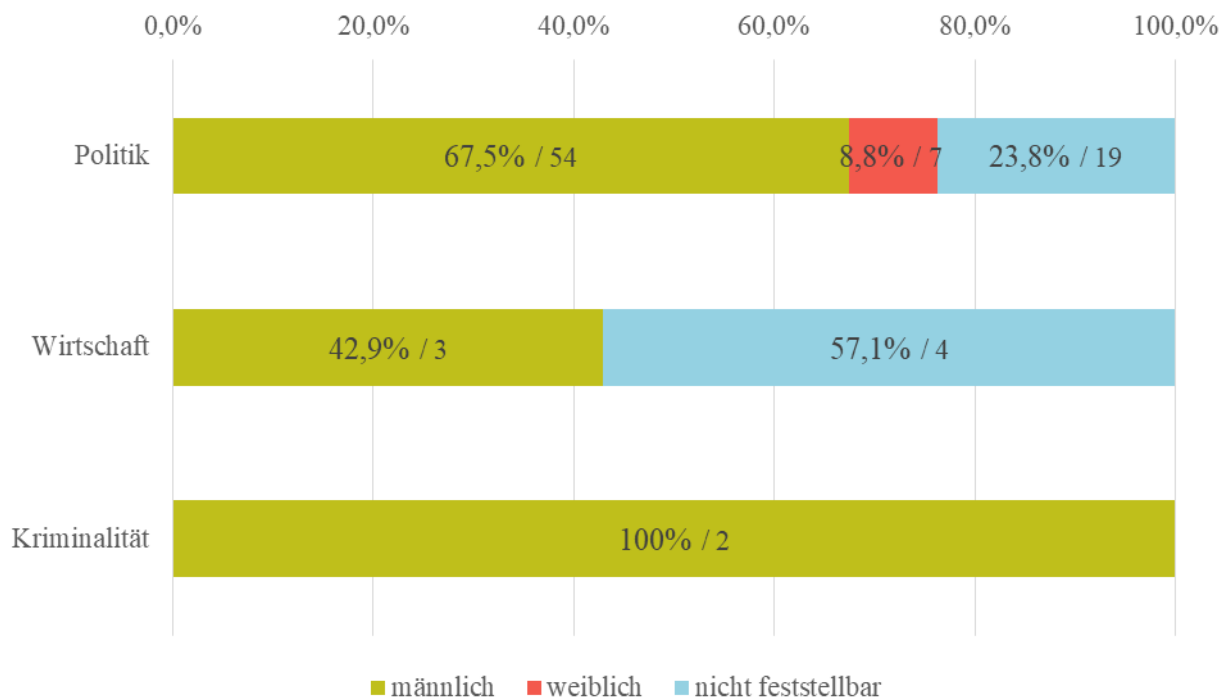


Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Da sich die Untersuchung auf politische Themen konzentriert, stehen alle drei Themenbereiche in einem politischen Kontext. Der hier als *Politik* benannte Bereich bezieht sich auf alle allgemein politischen Themen wie Bundestagswahlen oder Treffen von Staats- und Regierungsoberhäuptern. Dieser Bereich macht sowohl 1997 (82,1%) als auch 2017 (96,2%) den größten Anteil aus. Darüber hinaus behandeln 17,9 Prozent der Artikel im Jahr 1997 ein wirtschaftspolitisches Thema. Vor allem

die Berichterstattung zur Einführung des Euro wird diesem Themenbereich zugeordnet. Im Jahr 2017 hingegen handeln 3,8 Prozent der Beiträge von extremistischen Gruppierungen und Terrorismus und werden der Sparte *Kriminalität* zugeordnet. Zur Identifikation geschlechtsspezifischer Themenbereiche wird zunächst untersucht, wie häufig Journalist_innen über die unterschiedlichen Themenbereiche berichten. Einen Überblick über die Verteilung der Geschlechter nach Themenbereichen ist in Abbildung 16 abgebildet. In der Darstellung wird deutlich, dass Frauen weder über *Wirtschaft*, noch über *Kriminalität* berichten.

Abbildung 16: Geschlecht der Journalist_innen nach Thema

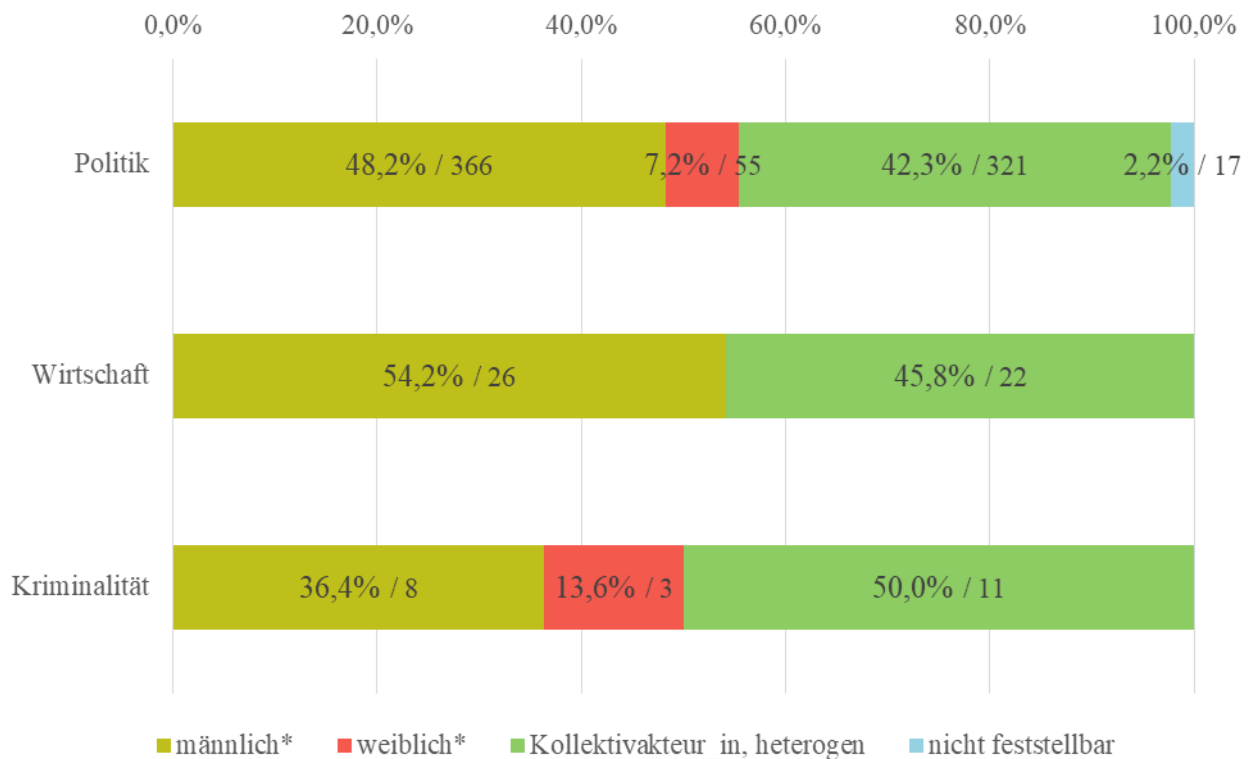


Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Der Anteil an Akteuren und Akteurinnen innerhalb der Themenbereiche wird in Abbildung 17 (S. 53) dargestellt. Innerhalb des Themas *Politik* sind männliche Akteure mit 48,2 Prozent vor den heterogenen Kollektivakteur_innen (42,3%) am stärksten vertreten. Der Anteil weiblicher Akteurinnen liegt dagegen nur bei 7,2 Prozent. Auch im Bereich *Wirtschaft* sind männliche Akteure (54,2%) am häufigsten vertreten. Akteurinnen treten im Zusammenhang mit wirtschaftspolitischen Themen überhaupt

nicht auf. In Berichten, die dem Bereich *Kriminalität* zugeordnet werden können, machen männliche Personen (36,4%) hinter den heterogenen Kollektivakteur_innen (50%) nur den zweitgrößten Anteil aus.

Abbildung 17: Geschlecht der Akteur_innen nach Thema



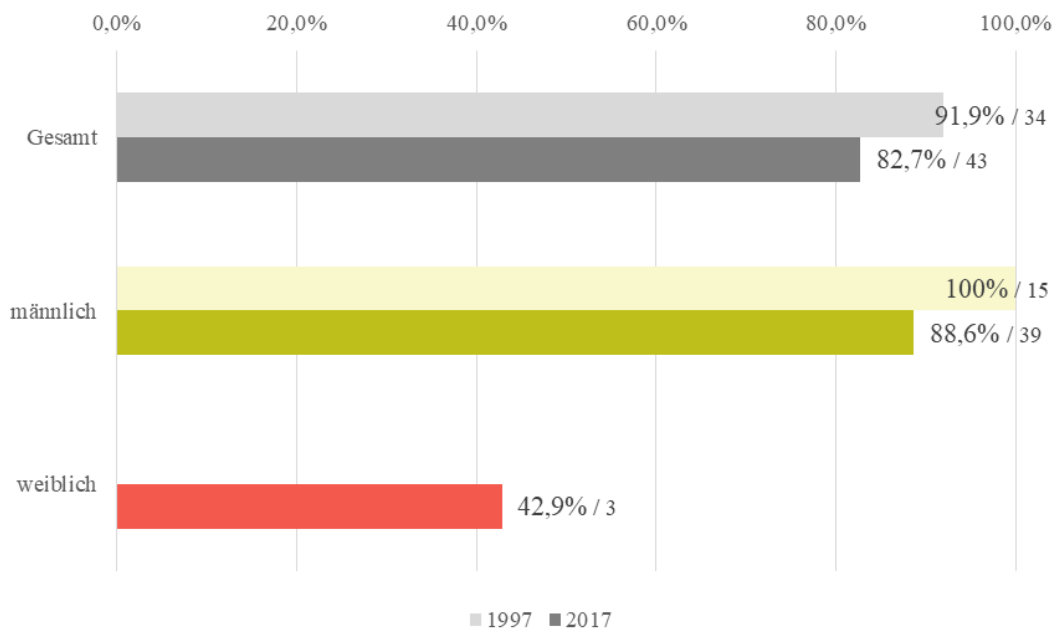
* inkl. Kollektivakteur_innen
Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Frauen stellen im Bereich *Kriminalität* zwar den kleinsten Anteil dar, dieser ist mit 13,6 Prozent im Verhältnis jedoch relativ hoch. Zu den übrigen zentralen Aspekten der thematischen Darstellung ist zu sagen, dass kein untersuchter Artikel ein *gleichstellungsrelevantes Thema* behandelt. Ebenso findet sich kein Artikel, in dem ein *frauenspezifischer Blickwinkel* eingenommen wird (Vgl. analoger Anhang F: Frauenspezifischer Blickwinkel nach Jahr, S. 83). Obwohl sicher durch die Eingrenzung des Themas beeinflusst, sagt dies viel über die Relevanz von geschlechtsspezifischer Gleichberechtigung in der Berichterstattung aus.

5.4 Sprachliche Berücksichtigung

Zu einer geschlechtsbewussten Berichterstattung gehört, dass sowohl Frauen also auch Männer in der Sprache sichtbar werden. Abbildung 18 zeigt, wie häufig Journalist_innen das generische Maskulinum verwenden. Damit ist gemeint, dass unter dem männlichen Plural auch Frauen ‚mitgemeint‘ werden. Die *Süddeutsche Zeitung* schreibt beispielsweise: „Mehr als zweihundert Parlamentarier, die aus den Reihen der Marschierer demnächst in die Hauptstadt strömen, werden politische Anfänger sein.“ (Wernicke 2017, S. 2). Obwohl aus dem Kontext ersichtlich ist, dass sich unter den Parlamentarier_innen von *En Marche* auch Frauen befinden.

Abbildung 18: Verwendung des generischen Maskulinums bei Journalist_innen



Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

1997 wird in insgesamt 91,9 Prozent der untersuchten Artikel das generische Maskulinum verwendet. Dieser hohe Prozentsatz legt nahe, dass der ‚mitmeinende‘ Plural zum Standard der journalistischen Berichterstattung gehört. Alle männlichen Journalisten benutzen das generische Maskulinum, während unter den Journalist_innen, de-

ren Geschlecht nicht identifiziert werden kann, wenige (13,6%) auch ohne die Verwendung ‚mitmeinender‘ Formulierungen auskommen. Auch in der Berichterstattung von 2017 ist das generische Maskulinum (82,7%) Standard. Im Vergleich zu 1997 nimmt seine Verwendung jedoch ab. ‚Mitmeinende‘ Formulierungen finden sich deutlich seltener bei Journalistinnen (42,9%), als bei Journalisten (88,6%).

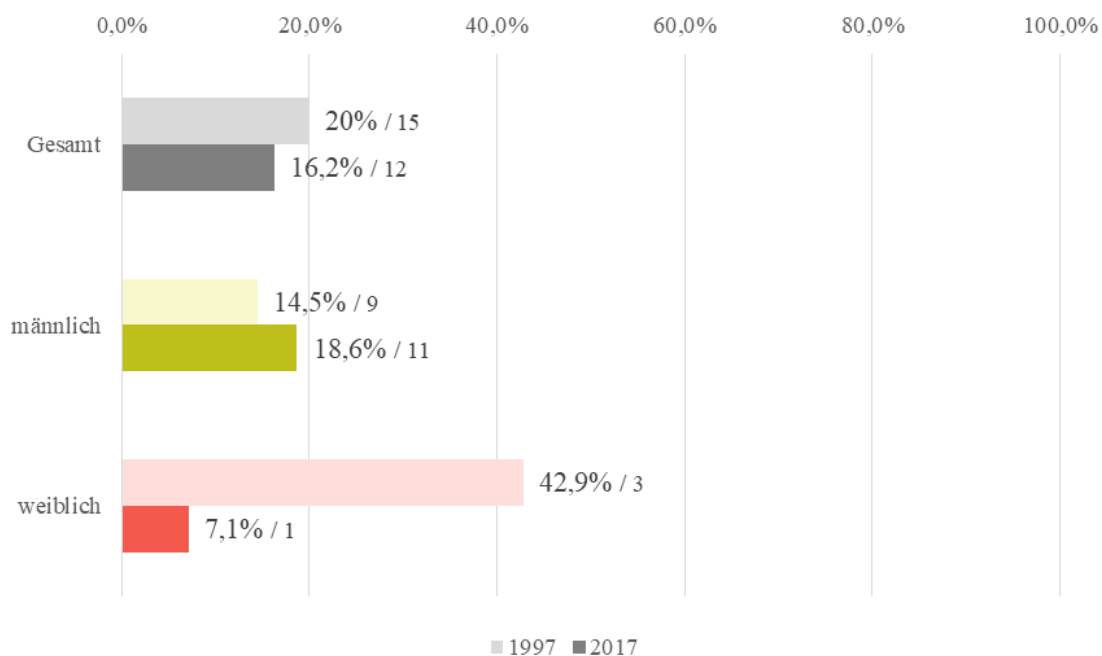
‚Symmetrische‘ Sprache, also die explizite Ausformulierung beider Geschlechter, wird im Jahr 1997 nicht verwendet. Hier ist eine kleine Veränderung im Jahr 2017 zu erkennen, denn in 3,8 Prozent der Artikel wird neben dem männlichen auch der weibliche Plural verwendet. Diese finden sich ausschließlich bei Journalisten (Vgl. analoger Anhang G: Symmetrische Sprache im Jahr 1997, S. 84; analoger Anhang H: Symmetrische Sprache im Jahr 2017, S. 84). Ein Beispiel für eine symmetrische Formulierung ist dieses aus der Zeitung *DIE WELT*: „*Die Damen und Herren, von denen vorher kaum einer den Namen Daniel Günther gekannt hatte, schauten ein wenig gequält zur Seite.*“ (Exner 2017, S. 5) Es zeigt anschaulich, dass symmetrische Formulierungen in diesem Zusammenhang scheinbar nicht aus einem Gleichstellungsbewusstsein heraus gebraucht werden, da auf eine symmetrische Benennung („*Damen und Herren*“) direkt ein maskuliner Artikel („*einer*“) folgt. Dieser Eindruck lässt sich auch auf alle anderen Beiträge übertragen, in denen symmetrische Formulierungen identifiziert werden können.

Direkt formulierte Diskriminierungen gegen Frauen oder Männer finden sich weder 1997 noch 2017 (Vgl. analoger Anhang I: Offen sexistische Sprache nach Jahr, S. 85). Jedoch treten unterschwellig sexistische Bemerkungen auf. Beispielsweise berichtet *DIE WELT* von Bundeskanzler Helmut Kohl, dem SPD-Chef Oskar Lafontaine und anderen ausschließlich männlichen Regierungsspitzen und nennt diese mit vollem Namen und Amt. Die einzige genannte weibliche Person hingegen wird, obwohl sie zitiert wird, lediglich als „eine Mitarbeiterin“ genannt (Vgl. *DIE WELT* 1997, S. 2). Im Jahr 1997 werden in 5,1 Prozent der untersuchten Artikel solche latent diskriminierenden Äußerungen identifiziert. Im Jahr 2017 sind es insgesamt sogar 15,4 Prozent. In Beiträgen von Journalistinnen findet sich kein unterschwelliger Sexismus (Vgl. analoger Anhang J: Unterschwellig sexistische Sprache nach Jahr, S. 85, analoger Anhang K: Unterschwellig sexistische Sprache nach Geschlecht Journalist_in, S. 86).

Eine kritische Auseinandersetzung mit sexistischer Sprache findet unter den Journalist_innen weder 1997 noch 2017 statt (Vgl. analoger Anhang L: Kritik an sexistischer Sprache nach Jahr, S. 86).

In der eher liberalen *Süddeutschen Zeitung* (97,1%) ist der Anteil an Artikeln, in denen das generische Maskulinum gebraucht wird, größer als in der konservativen *DIE WELT* (78,6%) (Vgl. analoger Anhang M: Mitmeinende Sprache nach Medium, S. 87). Außerdem finden sich nur in dieser Tageszeitung explizit symmetrische Formulierungen (3,6%) (Vgl. analoger Anhang N: Symmetrische Sprache nach Medium, S. 87). Unter den Akteur_innen ist die Verwendung von ‚mitmeinenden‘ Formulierungen weniger geläufig als unter den Journalist_innen. Dies wird in Abbildung 19 dargestellt.

Abbildung 19: Verwendung des generischen Maskulinums bei Akteur_innen



Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

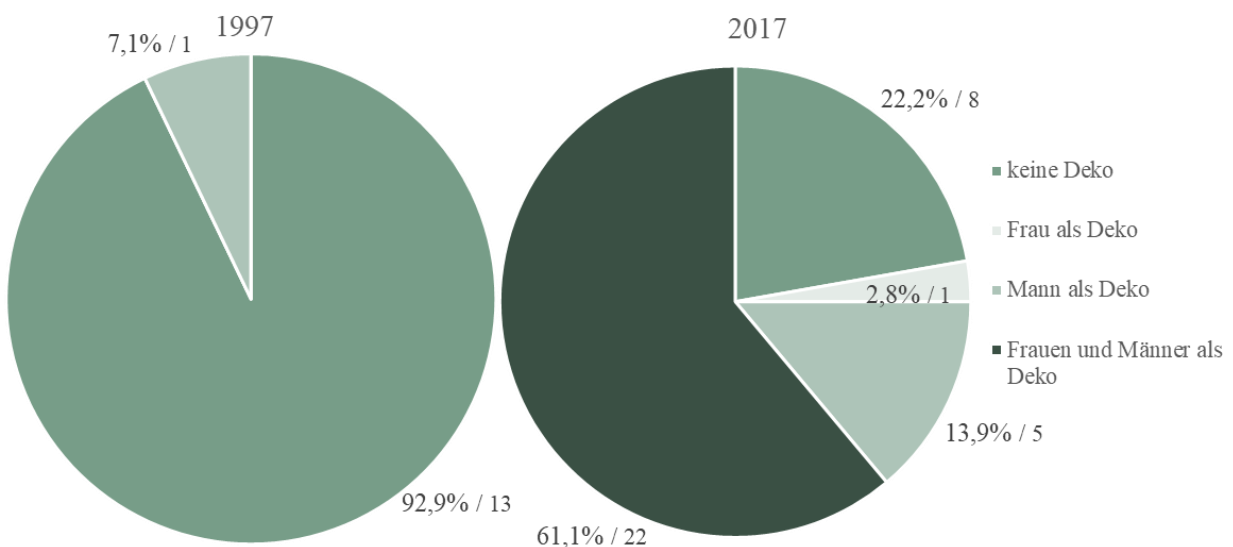
Im Jahr 1997 nutzen 20 Prozent aller zitierten Akteur_innen den männlichen Plural auch für die Bezeichnung von gemischtgeschlechtlichen Gruppen. Auffällig ist, dass

nur 14,5 Prozent der Männer aber 42,9 Prozent der Frauen das generische Maskulinum verwenden. Im Jahr 2017 sinkt die Zahl ‚mitmeinender‘ Formulierungen leicht auf 16,2 Prozent. Unter den männlichen Akteuren benutzen 18,6 Prozent das generische Maskulinum. Nur 7,1 Prozent der weiblichen Personen gebrauchen Formulierungen dieser Art.

In keiner Äußerung der Akteur_innen finden sich explizit symmetrische Nennungen. Das gilt sowohl für 1997 als auch für 2017 (Vgl. analoger Anhang O: Symmetrische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr, S. 88). Auch offen diskriminierende Äußerungen treten nicht auf (Vgl. analoger Anhang P: Offen sexistische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr, S. 88).

Ausschließlich im Jahr 2017 gebrauchen 1,4 Prozent der Akteur_innen unterschwellig sexistische Formulierungen (Vgl. analoger Anhang Q: Unterschwellig sexistische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr, S. 89). Eine kritische Auseinandersetzung mit sexistischer Sprache findet, auch vonseiten der Akteur_innen, nicht statt (Vgl. analoger Anhang R: Kritik an sexistischer Sprache unter Akteur_innen nach Jahr, S. 89). Auch Bildsprache, also die Darstellung von Personen im Bild, wird im Rahmen der Analyse untersucht. Abbildung 20 stellt dar, ob Männer oder Frauen abgebildet werden, um die Aufmerksamkeit der Rezipient_innen auf den Artikel zu lenken.

Abbildung 20: Männer und Frauen als Dekoration



Quelle: Eigene Darstellung nach SPSS Statistics

Die Abbildung zeigt, dass im Jahr 1997 auf lediglich 7,1 Prozent der Bilder Personen in dekorativer Position gezeigt werden. Diese sind ausschließlich Männer. Im Gegensatz dazu werden im Jahr 2017 Menschen fast ausschließlich in dekorativer Funktion dargestellt. Auch im Jahr 2017 betrifft dies überwiegend Männer. Lediglich 22,2 Prozent der Bilder zeigen Menschen nicht als Dekoration. Sexualisierende Darstellungen von Männern oder Frauen finden sich nicht (Vgl. analoger Anhang S: Sexualisierte Darstellung im Bild nach Jahr, S. 90).

6 Schlussbetrachtung

6.1 Fazit

Medien haben einen großen Einfluss auf die Meinungsbildung unserer Gesellschaft. Eine gleichstellungsorientierte Politik, in Form des sogenannten *Gender Mainstreaming*, soll die Gleichstellung von Mann und Frau intensivieren. Vor diesem Hintergrund wurden Rollenbilder von Männern und Frauen in der politischen Berichterstattung deutschsprachiger Medien untersucht.

In den klassischen Medien scheint der Faktor *Geschlecht* den Nachrichtenwert zu bestimmen, denn dieser ist offenbar geringer, wenn die handelnde Akteurin eine Frau ist (Kapitel 3 Stand der Forschung, S. 21). Dazu belegen die Untersuchungsergebnisse, dass Frauen als Akteurinnen in der politischen Berichterstattung extrem unterrepräsentiert sind (*F3*, S. 28). Im Jahr 1997 ist über die Hälfte aller Akteur_innen männlich aber weniger als drei Prozent weiblich. Zwanzig Jahre später steigt die Zahl der Akteurinnen auf rund zehn Prozent an, jedoch sind diese im Verhältnis zu den Männern noch immer deutlich unterrepräsentiert. Auch gemischtgeschlechtliche Gruppen treten laut der Untersuchungsergebnisse im Jahr 2017 deutlich häufiger auf. Das liegt daran, dass Frauen auch an Gruppierungen wie beispielsweise „[...] *Europas Spitzenpolitikern* [...]“ (Schümer 2017) oder den „[...] *Staats- und Regierungschefs der wichtigsten Industrie- und Schwellenländer* [...]“ (Lutz 2017) beteiligt sind. Dies spricht dafür, dass Frauen wenig als Einzelpersonen in Erscheinung treten aber insgesamt deutlich mehr Politikerinnen agieren als noch im Jahr 1997 (Kapitel 5.1 Quantitative Berücksichtigung, S. 41 ff.). In diesem Zusammenhang spielt Bundeskanzlerin Angela Merkel eine entscheidende Rolle, denn sie beeinflusst deutlich die Zahl der Nennungen von Politikerinnen in der Berichterstattung (Kapitel 2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern, S. 18). Die Wissenschaftlerinnen Margreth Lünenborg und Jutta Röser folgern in ihrer Untersuchung *Ungleich mächtig : Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation* jedoch auch, dass die häufige Nennung

Merkels keinen positiven Effekt auf die Abbildung anderer Politikerinnen hat (Vgl. Lünenborg 2012, S. 14).

Das Missverhältnis von Männern und Frauen in der politischen Berichterstattung ist immens: Die Resultate der Analyse ergeben, dass Frauen an rund der Hälfte aller untersuchten Artikel überhaupt nicht beteiligt sind (Kapitel 5.1 Quantitative Berücksichtigung, S. 41 ff.). Dies lässt sich nicht nur durch änderungsresistente Gesellschaftsstrukturen, sondern auch durch patriarchale Strukturen im Journalismus erklären. Dabei wurde die große gesellschaftliche Bedeutung der Präsenz von Frauen in den Medien sogar von den Vereinten Nationen und der Europäischen Union anerkannt (Kapitel 3 Stand der Forschung, S. 21). Die Förderung von Frauen im Journalismus als Einflussträgerinnen auf die gesellschaftliche Meinungsbildung ist also längst überfällig. Johanna Jung und Jennifer Woods schreiben in diesem Zusammenhang für die *Forschungsgruppe Medienwandel*, dass Medieninhalte vorwiegend eine *männliche* Wirklichkeit konstruieren, die von *männlichen* Medienmachern kommuniziert wird (Vgl. Jung 2015). Die Untersuchungsergebnisse stützen diese These. Im Jahr 1997 wurde kein untersuchter Artikel von einer Frau geschrieben. Im Jahr 2017 erhöht sich die Zahl der Beiträge auf rund 13 Prozent (*F1*, S. 27) (Kapitel 5.1 Quantitative Berücksichtigung, S. 41 ff.). Diese Erkenntnisse decken sich auch mit den Ergebnissen der *GMMP*-Studie: Hiernach ist im Zeitvergleich die Zahl der Redakteurinnen zwar gestiegen, dennoch ist sie im Vergleich zum Fernsehen und Rundfunk noch immer gering. Gerade in der politischen Berichterstattung zeigt sich diese Diskrepanz besonders stark (Kapitel 3 Stand der Forschung, S. 21).

Die Gründe für die Ungleichheit zwischen Männern und Frauen in der Medienbranche sind vielfältig: In der Regel verdienen Frauen durchschnittlich deutlich weniger als ihre männlichen Kollegen (Vgl. Klaus 2016, S. 523 f.). Auch kehren viele Journalistinnen nach einer Unterbrechung aus familiären Gründen nicht wieder in die Branche zurück. Diskriminierende Strukturen, die durch eine männlich dominierte Arbeitswelt entstehen, lassen eine Vereinbarung von Karriere und Familie kaum zu. Auch treffen Journalistinnen häufig auf Unternehmensstrukturen, deren Werte und Anforderungen eher durch männliche Sichtweisen geprägt sind (Vgl. Koch 2007, S. 31 ff.). Das Fehlen von Frauen in leitenden Positionen lässt sich unter anderem dadurch erklären, dass

klassische Karrierestrukturen mit Werten wie Position, Einkommen und Macht für viele Frauen wenig erstrebenswert sind. Sie bewerten ihren beruflichen Erfolg eher nach Kriterien wie Selbstverwirklichung, Erfüllung oder Verantwortung (Vgl. Jung 2015). Wenn Frauen doch die Absicht haben, in der Medienbranche Karriere zu machen, stoßen sie in der Regel auf die sogenannte ‚*Gläserne Decke*‘, die sie an einer beruflichen Beförderung hindert (Vgl. Koch 2007, S. 43 ff.). Gründe dafür sind vor allem die von männlichen Spitzen dominierten Netzwerke der Branche (Vgl. Jung 2015). Diese wiederum führen dazu, dass sich die patriarchalen Strukturen kaum zugunsten der Medienmacherinnen verändern. Es bildet sich ein Teufelskreis, der sich scheinbar nur durch eine gleichstellungsbewusste Medienpolitik durchbrechen lässt.

Stereotype Eigenschaften spielen in der Darstellung von *Männlichkeit* und *Weiblichkeit* eine große Rolle. Auch wenn diese sich im Laufe der Zeit verschieben (Kapitel 2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern, S. 18 f.). In der Untersuchung sind diese Rollenzuschreibungen in Ansätzen auch in der politischen Berichterstattung erkennbar: Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl Männer als auch Frauen überwiegend als *Politiker_innen* auftreten. Darüber hinaus sind jedoch deutliche Unterschiede in der Rollenverteilung von Männern und Frauen auszumachen. Im Jahr 1997 werden Männer hauptsächlich als ‚*Entscheider*‘ dargestellt und treten in *beruflich erfolgreichen* Positionen auf. Frauen hingegen agieren ausschließlich in der Rolle der *Haus- und Ehefrau* (F5, S. 28) (Kapitel 5.2 Qualitative Berücksichtigung, S. 44 ff.). Die Wissenschaftlerin Heidrun Baumann formuliert in diesem Zusammenhang „*Viele Jahrhunderte hindurch ist das mediale Bild der Frau das des Mannes von der Frau*“ (F5, S. 28) (Baumann 2000, S. 7). Dies gilt auch heute noch, allerdings nicht mehr in demselben Umfang. Den Ergebnissen der Analyse zufolge verschiebt sich das traditionelle Bild der Frau im Jahr 2017 etwas. Die Untersuchung zeigt, dass Frauen nun öfter auch als *Arbeitnehmerinnen* dargestellt werden und auch häufiger als *Politikerinnen* in den Vordergrund treten (Kapitel 5.2 Qualitative Berücksichtigung, S. 44 ff.). Die Rolle von Frauen in der deutschen Politik hat sich verändert: werden heute als ebenso kompetent wie ihre männlichen Kollegen wahrgenommen (Kapitel 2.2.3 Mediale Darstellung von Geschlechterbildern, S. 18). Entsprechend kommen Frauen in der Berichterstattung auch deutlich häufiger zu Wort:

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass im Jahr 2017 der Anteil an Frauen, die zu Wort kommen, im Verhältnis zum Jahr 1997 um das Doppelte ansteigt. Damit ist im Jahr 2017 der Anteil an zitierten weiblichen und männlichen Personen ungefähr gleich groß. Insgesamt kommen dennoch weniger Frauen zu Wort, da Akteurinnen im Verhältnis deutlich seltener auftreten. Während Männer in der Berichterstattung von 1997 hauptsächlich sachlich kritisiert werden, wird über Frauen überhaupt nicht geurteilt. Im Jahr 2017 hingegen finden sich in den untersuchten Beiträgen auch abqualifizierende Äußerungen, und zwar ausschließlich von Journalisten (Kapitel 5.2 Qualitative Berücksichtigung, S. 44 ff.).

Die vorliegende Untersuchung ist thematisch stark auf den Bereich Politik beschränkt, dennoch können in Ansätzen Aussagen über geschlechtsspezifische Themen getroffen werden: Am auffälligsten ist, dass Frauen im Zusammenhang mit wirtschaftspolitischen Themen weder als Akteurinnen noch als Journalistinnen auftreten. Auch wurde kein untersuchter Artikel aus den Bereichen *Wirtschaft* oder *Kriminalität* von einer Frau geschrieben (F2, S. 28). Diese Ergebnisse deuten auf eine geschlechtsspezifische Zuordnung von Themenbereichen hin (Kapitel 5.3 Thematische Berücksichtigung, S. 50 ff.). Auch die Kommunikationswissenschaftlerin Dr. Jutta Röser stellt fest, dass Genres wie *Politik* oder *Wirtschaft* eher männlich konnotiert sind, während *Kultur*, *Buntes* und *Unterhaltung* eher der weiblichen Zielgruppe zugeschrieben werden. Insbesondere solche Themenbereiche, die auf die weibliche Zielgruppe setzen, werden dabei häufig der Trivialität verdächtigt (Vgl. Röser 2010, S. 740 f.). Im Sinne einer gleichstellungsbewussten Medienpolitik scheint es daher sinnvoll, diese Zuordnung aufzubrechen und neue Ansätze zu erarbeiten.

In Bezug auf klassisch politische Themen zeigen sich im Rahmen der Untersuchung dafür erste Anzeichen: beispielsweise die zunehmende Zahl an Frauen in der politischen Berichterstattung sowie die weitaus positivere Darstellung von Politikerinnen (Kapitel 5.3 Thematische Berücksichtigung, S. 50 ff.). Dennoch kann in Bezug auf die thematische Berücksichtigung von Männern und Frauen in der politischen Berichterstattung nicht von Gleichstellung gesprochen werden, denn im Rahmen der Untersuchung behandelt kein Artikel ein *gleichstellungsrelevantes Thema*.

Ebenso wird kein Bericht aus einem *frauenspezifischer Blickwinkel* beleuchtet (F2, S. 28) (Kapitel 5.3 Thematische Berücksichtigung, S. 50 ff.).

Die Analyse ergibt, dass in der medialen Berichterstattung kein geschlechtsdifferenzierter Kommunikationsstil zu erkennen ist, Frauen also sprachlich in der Berichterstattung kaum sichtbar sind (F4, S. 28). Im Rahmen der Untersuchung wurden in fast allen Artikeln Frauen unter dem generischen Maskulinum mitgemeint (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54 ff.). In Bezug auf die gesellschaftliche Gleichstellung von Männern und Frauen spielt die sprachliche Sichtbarkeit jedoch eine wichtige Rolle. Der Sprachwissenschaftler Horst Simon äußert dazu in einem Interview mit dem *Tagesspiegel*: „Die Sprache allein wird an der strukturellen Diskriminierung von Frauen tatsächlich nichts ändern. Aber sie ist ein Mosaikstein.“ (Kühne 2013). Symmetrische Sprache tritt in der aktuellen Berichterstattung häufiger auf als noch im Jahr 1997, wird aber im Allgemeinen nur selten verwendet. Grundsätzlich kann im Rahmen der Untersuchung kein Ansatz eines geschlechtsdifferenzierten Kommunikationsstils erkannt werden, denn auch der Gebrauch von symmetrischen Formulierungen geschieht scheinbar nicht aus gleichstellungsrelevanten Gesichtspunkten (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54 ff.).

Des Weiteren ergibt die Analyse, dass offen sexistische Formulierungen im politischen Ressort keine Verwendung finden. Unterschwellige Diskriminierungen treten jedoch durchaus auf. Diese äußern sich insbesondere in Formulierungen, die Frauen entweder kategorisch ausschließen oder in Beschreibungen, welche Frauen unseriös erscheinen lassen. Unter den Akteur_innen, die in den untersuchten Beiträgen zitiert werden, findet sich dasselbe Sprachmuster wieder (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54 ff.). Die Medienwissenschaftlerin Brigitta Huhnke kommt in ihrer Untersuchung *Macht, Medien und Geschlecht : Eine Fallstudie zur Berichterstattungspraxis der dpa, der taz sowie der Wochenzeitungen Die Zeit und Der Spiegel von 1980-1995* zu ähnlichen und auch zu weit aggressiveren Ergebnissen. Sie äußert in diesem Kontext, dass subtile Diskriminierungen sich möglicherweise diskreditierender auswirken, als offene ‚Meinungsmache‘, weil sie von den Rezipient_innen als natürlich wahrgenommen werden (Vgl. Huhnke 1996, S. 170 ff.). Die Untersuchungsergebnisse belegen außerdem, dass alle unterschwellig

sexistischen Formulierungen von Männern stammen (Kapitel 5.4 Sprachliche Berücksichtigung, S. 54 ff.).

Auch Bilder können offene oder subtile Diskriminierungen vermitteln. In diesem Zusammenhang sind insbesondere Darstellungen von Männern in überzeichnet heroischen oder entschlossen Posen aufgefallen. Ein Beispiel zeigt Abbildung 21. Entsprechende Abbildung von Frauen oder sexualisierende Bilder sind im Rahmen der Untersuchung nicht aufgetreten.

Abbildung 21: Beispiele für Personen als Dekoration



Quelle: Vucci 2017; Rattay 2017

6.2 Kritische Würdigung

Die Ergebnisse, die im Rahmen der Untersuchung erarbeitet wurden, sind nicht repräsentativ. Sie sollen lediglich Hinweis darauf geben, welchen Stellenwert eine gleichstellungsrelevante Berichterstattung in der politischen Presse in Deutschland hat. Um hier aussagekräftigere Ergebnisse zu erzielen, müssten sowohl der Untersuchungszeitraum als auch der Untersuchungsgegenstand erweitert werden.

In Bezug auf den Zeitraum sollte jeweils in den Jahren 1997 und 2017 ein längerer Zeitraum untersucht werden, um Verfälschungen durch eine einseitige Berichterstattung zu vermeiden. So könnte beispielsweise ausgeschlossen werden, dass ein bestimmtes Thema dominiert, und entsprechend immer wieder dieselben Politiker_innen genannt werden, die mit dieser Thematik verbunden sind.

Der Untersuchungsgegenstand müsste ausgeweitet werden auf alle Medienformate, die in der politischen Berichterstattung eine Relevanz besitzen, also auch Fernsehen, Rundfunk und online Medien. Zudem müssten auch Populärmedien wie beispielsweise die *BILD* oder private Fernsehsender in die Untersuchung eingeschlossen werden. Nur so lassen sich tatsächlich Rückschlüsse auf die mediale Abbildung von Geschlechterrollen ziehen.

Dass der Codiervorgang von nur einer Person durchgeführt wurde, ist ein weiterer Faktor, der die Untersuchungsergebnisse beeinflusst. Denn bei einer großen Gruppe von Codierenden würden subjektive Entscheidungen weniger Gewicht erhalten. Die Untersuchung ist aus diesem Grund auf einem Codebuch aufgebaut, welches in seiner Validität und Reliabilität von mehreren Codierenden geprüft wurde. Dennoch muss von einer einseitigen Sichtweise ausgegangen werden. Im Rahmen des Codierbogens liegen keine einheitlichen Kriterien vor, nach denen beispielsweise bestimmt werden kann, wann Äußerungen als sexistisch oder abwertend zu beurteilen sind. Diesbezügliche Entscheidungen sind deshalb auf Grundlage des rein subjektiven Eindrucks der Codierenden entstanden. Der Eindruck der Codierenden könnte dadurch beeinflusst sein, dass von einem geschlechtsspezifischen Unterschied in der Berichterstattung ausgegangen wird. Das beeinflusst nicht nur die Analyse, sondern schreibt auch die Geschlechterdualität fort.

Die Diskriminierung der Frau steht im Fokus der Untersuchung, die Diskriminierung von Männern, die nicht dem gängigen Stereotyp entsprechen, kann auch aufgrund personeller und zeitlicher Ressourcen nicht thematisiert werden.

6.3 Ausblick

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass, obwohl sich in den letzten zwanzig Jahren viel getan hat, Gleichstellungsfragen in der politischen Berichterstattung deutscher Tageszeitungen kaum eine Rolle spielen. Es gibt kaum Hinweise darauf, dass politische Themen in den Medien systematisch aus einer gleichstellungsbewussten Perspektive betrachtet werden. Dies scheint sowohl daran zu liegen, dass Ergebnisse gleichstellungspolitischen Handelns nicht genug sichtbar werden aber auch an den starren, männlich dominierten Strukturen der Medienbranche. Entsprechend scheint es sinnvoll zu sein, einerseits einen gleichstellungsbewussten Blickwinkel in der Politik zu fördern und andererseits Journalist_innen für Gleichstellungsfragen zu sensibilisieren.

Ein Instrument zur Herstellung von mehr Geschlechtergerechtigkeit könnten *gender-Trainings* sein. Beispielsweise entwickelt die *AG Gender* des *Journalistinnenbundes* im Rahmen ihres Projektes *Der G-Faktor* spezifische Trainings für Medienschaffende. Ziel ist es, die Sensibilisierung für *gender-Aspekte* zum festen Bestandteil der Aus- und Weiterbildung von Journalist_innen zu machen (Vgl. Journalistinnenbund 2018).

Je selbstverständlicher die Berücksichtigung der Geschlechterperspektive in der politischen Arbeit wird, desto mehr Sichtbarkeit bekommt das Thema auch in den Medien. Die Berichterstattung ist demnach auch abhängig von dem, was in der Politik vermittelt wird. Eine Frauenquote in den deutschen Chefredaktionen beispielsweise, wie es die Initiative *ProQuote* erreichen will, könnte vonseiten der Politik ein Zeichen in die richtige Richtung setzen (Vgl. ProQuote 2017).

Parallel zu diesen Ausführungen kann auch von Bedeutung sein, dass sich die Rolle von Journalist_innen, wie der Wirtschafts- und Politikwissenschaftler Ayad Al-Ani

für *Zeit-Online* schreibt, in Zukunft verändern wird. Individuen, so Al-Ani, seien nicht länger nur passive Konsumenten, sondern auch aktive Sender von Informationen. In Zukunft werde die Informationsvermittlung entsprechend zunehmend innerhalb der Gesellschaft von unten nach oben und außerhalb der traditionellen Kanäle stattfinden. Dies bedeute für Journalist_innen, dass diese aus ihrer Rolle der Erklärenden und Kommentierenden ausbrechen und als Teil der Community auftreten (Vgl. Al-Ani 2016, S. 2 f.). Es ist möglich, dass sich Journalistinnen in diesem Umbruch neu positionieren können, weil damit auch die Strukturen der klassischen Medienbranche aufbrechen, die insbesondere für die Karriere von Journalistinnen hinderlich sind.

In diesem Zusammenhang bietet es sich an, das Thema Gleichstellung in den Medien weiter wissenschaftlich zu untersuchen, denn es sind bisher viele Anstöße aus der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung erfolgt, die zu einer Verbesserung der Geschlechtergleichstellung beigetragen haben. Gerade in Bezug auf die Veränderungen, die sich im Journalismus abzeichnen und seiner Funktion innerhalb des demokratischen Gefüges, hat die Forschung die Aufgabe, auch weiterhin die Aufmerksamkeit auf das Thema Gleichstellung der Geschlechter zu lenken.

IV Literaturverzeichnis

Al-Ani 2016

AL-ANI, Ayad: *Zukunft des Journalismus : Journalisten werden eine neue Rolle haben.*

Stand: 2016-02-05 <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2016-01/journalismus-zukunft-digitalisierung-rolle-journalisten> Abruf: 2018-03-05

Antidiskriminierungsstelle des Bundes 2015

ANTIDISKRIMINIERUNGSSTELLE DES BUNDES (Hrsg.): *Themenjahr 2015 gegen Geschlechterdiskriminierung.* Stand 2015-12-12 http://www.antidiskriminierungsstelle.de/DE/ThemenUndForschung/Geschlecht/Themenjahr_2015/themenjahr2015_node.html Abruf: 2018-

04-04

Appel 2008

APPEL, Markus: Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile. In: BATINIC, Bernad; APPEL, Markus (Hrsg.): *Medienpsychologie.* Heidelberg : Springer, 2008, S. 313-335

Aulenbacher 2008

AULENBACHER, Brigitte: Geschlecht als Strukturkategorie : Über den inneren Zusammenhang von moderner Gesellschaft und Geschlechterverhältnis. In: WILZ, Sylvia M. (Hrsg.): *Geschlechterdifferenzen – Geschlechterdifferenzierungen : Ein Überblick über gesellschaftliche Entwicklungen und theoretische Positionen.* Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2008 (Hagener Studentexte zur Soziologie), S. 139-166

Axel Springer 2018

AXEL SPRINGER SE (Hrsg.): *Unternehmenskultur.* Stand: 2018 http://www.axelspringer.de/artikel/Unternehmenskultur_40258.html Abruf: 2018-04-09

Baumann 2000

BAUMANN, Heidrun: Einleitung. In: BAUMANN, Heidrun (Hrsg.): *„Frauen-Bilder“ in den Medien : Zur Rezeption von Geschlechterdifferenzen.* Münster : Daedalus Verlag, 2000, S. 7-18

Blöbaum 2016

BLÖBAUM, Bernd: Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In: LÖFFELHOLZ, Martin; ROTHENBERGER, Liane (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden : Springer, 2016, S. 151-164

Brosius 2012

BROSIUS, Hans-Bernd; HAAS, Alexander; KOSCHEL, Friederike: *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung : Eine Einführung*. 6., erw. und akt. Aufl. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2012. - ISBN: 978-3-531-94214-8

Brüggemann 1997

BRÜGGEMANN, Gerd: Gipfel ruft Bonn zu Reformen auf. In: *DIE WELT : Unabhängige Tageszeitung für Deutschland* (1997-06-23), Nr.143, S. 1

Bundeszentrale für politische Bildung 2016

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.): Funktionen der Medien in einer demokratischen Gesellschaft I und II. Stand: 2016-11-22 <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien> Abruf: 2018-04-09

Connell 2013

CONNELL, Raewyn; LENZ, Ilse; MEUSER, Michael (Hrsg.): *Gender*. Wiesbaden : Springer, 2013. - ISBN 978-3-531-19414-1

Concil of Europe 2004

CONCIL OF EUROPE (Hrsg.): *Gender mainstreaming : Conceptual framework, methodology and presentation of good practices*. Strasbourg : Council of Europe, 2004 (EG-S-MS). Online verfügbar unter: <https://rm.coe.int/1680596135> Abruf: 2018-01-31

Döring 2016

DÖRING, Nicola; BORTZ, Jürgen: *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. 5. vollst. überarb., akt. und erw. Aufl. Berlin : Springer, 2016. - ISBN: 978-3-642-41089-5

Eckes 2010

ECKES, Thomas: Geschlechterstereotype : Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 178-189

Eckstein 2016

ECKSTEIN, Peter: *Angewandte Statistik mit SPSS : Praktische Einführung für Wirtschaftswissenschaftler*. 8., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden : Springer, 2016. - ISBN: 978-3-658-10918-9

Englert 2009

ENGLERT, Dietrich: *Soziale Innovation durch Gender Mainstreaming?*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2009. - ISBN 978-3-531-16219-5

Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen 2014

EUROPÄISCHES INSTITUT FÜR GLEICHSTELLUNGSFRAGEN (Hrsg.): *Überprüfung der Umsetzung der Peking Aktionsplattform in den EU-Mitgliedstaaten: Frauen und die Medien – Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in Entscheidungsprozessen in Medienorganisationen : Wichtigste Ergebnisse*. Luxemburg : Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2014. - ISBN 978-92-9218-231-1

Exner 2017

EXNER, Ulrich: Der Schwermatrose. In: *DIE WELT* (2017-06-26), Nr. 146, S. 5

Fiske 2002

FISKE, Susan; CUDDY, Amy; GLICK, Peter; XU, Jun: A Model of (often Mixed) Stereotype Content : Competence and Warmth Respectively Follow from Perceived Status and Competition. In: *Journal of Personality and Social Psychology* (2002), 82, S. 878-902. Online verfügbar unter: https://www.cos.gatech.edu/facultyres/Diversity_Studies/Fiske_StereotypeContent.pdf Abruf: 2018-04-10

Forster 2003

FORSTER, Edgar J.: Die unsichtbare Allgegenwart des Männlichen in den Medien. In: MÜHLEN ACHS, Gitta; SCHORB, Bernd (Hrsg.): *Geschlecht und Medien*. 2. Aufl. München : Kopaed Verlagsgmbh, 2003 (Medienpädagogik, Bd. 7., 2), S. 57-70

Früh 2015

FRÜH, Werner: *Inhaltsanalyse : Theorie und Praxis*. 8., überarb. Aufl. Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2015. – ISBN: 978-3-8252-4377-7

Gildemeister 2010

GILDEMEISTER, Regine: Doing Gender : Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 137-145

Goldberg 2016

GOLDBERG, Michelle: *The Empire Strikes Back*. Stand: 2016-12-27

http://www.slate.com/articles/double_x/doublex/2016/12/2016_was_the_year_the_feminist_bubble_burst.html Abruf: 2018-03-06

Graw 2017

GRAW, Ansgar: Feinde der Freiheit. In: *DIE WELT* (2017-07-05), Nr. 154, S. 1

Grittmann 2014

GRITTMANN, Elke; MAIER, Tanja: Der Präsident und die Herausforderin : Geschlechterkonstruktionen von Spitzenkräften in der Politik aus medienethischer Perspektive. In: GRIMM, Petra; ZÖLLNER, Oliver (Hrsg.): *Gender im medienethischen Diskurs*. Stuttgart : Steiner, 2014, S. 153-168

Gross 2008

GROSS, Friederike: Agenda-Setting. In: SANDER, Uwe; GROSS, Friederike; HUGGER, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 282-285

Gruner 2018

GRUNER, Paul-Hermann: *Die suggestive Konfiguration von ‚Weiblichkeit‘ : Frauenzeitschriften, Doing Gender und die Kontinuität tradierter Rollenstereotype*. Wiesbaden : Springer, Dissertation Technische Universität Darmstadt, 2018. - ISBN 978-3-658-19397-3

Hetzel 1997

HETZEL, Helmut: USA und EU für mehr Ost-Hilfe, In: *DIE WELT : Unabhängige Tageszeitung für Deutschland* (1997-05-29), Nr.122, S. 1

Huber 2018

HUBER, Joachim; LANGE, Antonia: *Folge der #MeToo-Debatte : Kritik an ‚Germany's Next Topmodel‘ nimmt zu*. Stand 2018-02-20 <https://www.tagesspiegel.de/medien/folge-der-me-too-debatte-kritik-an-germanys-next-topmodel-nimmt-zu/20983254.html> Abruf: 2018-03-06

Huhnke 1996

HUHNKE, Brigitta: *Macht, Medien und Geschlecht : Eine Fallstudie zur Berichterstattungspraxis der dpa, der taz sowie der Wochenzeitungen Die Zeit und Der Spiegel von 1980-1995*. Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996 (Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 7). – ISBN: 3-531-12682-2

Janssen 2017

JANSSEN, Jürgen; LAATZ, Wilfried: *Statistische Datenanalyse mit SPSS : Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests*. 9., überarb. und erw. Aufl. Berlin : Springer, 2017. - ISBN: 978-3-662-53477-9

Journalistinnenbund 2015

JOURNALISTINNENBUND E.V. (Hrsg.): *GMMP 2015 : Ergebnisse* Stand: 2015 <https://www.journalistinnen.de/projekte/gmmp/weltweite-medienbeobachtung-gmmp-2015-ergebnisse/> Abruf: 2018-04-07

Journalistinnenbund 2018

JOURNALISTINNENBUND E.V. (Hrsg.): *Mehr Gender in den Mainstream : AG Gender*. Stand: 2018 <https://www.journalistinnen.de/projekte/mehr-gender-in-den-mainstream-ag-gender/?content=true> Abruf: 2018-03-06

Jung 2015

JUNG, Johanna; WOODS, Jennifer: *Der Journalismus und die Frauen : ein schwieriges Verhältnis*. Stand: 2015-02-23 <https://forschungsgruppe-medienwandel.com/2015/02/23/der-journalismus-und-die-frauen-ein-schwieriges-verhaeltnis/> Abruf: 2018-02-15

Klaus 2016

KLAUS, Elisabeth; KIRCHHOFF, Susanne: Journalismustheorien und Geschlechterforschung. In: LÖFFELHOLZ, Martin; ROTHENBERGER, Liane (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden : Springer, 2016, S. 523-536

Knopf 2007

KNOPF, Kerstin; SCHNEIKART Monika: Einleitung. In: KNOPF, Kerstin; SCHNEIKART Monika (Hrsg.): *Sex/ismus und Medien*. Herbolzheim : Centaurus Verlag, 2007 (Frauen, Gesellschaft, Kritik, Band 44), S. 13-28. – ISBN: 978-3-8255-0627-8

Koch 2007

KOCH, Julia: *Frauen im Journalismus : Die ungleiche Machtverteilung in den Medien*. Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller, 2007. – ISBN: 978-3-8364-0649-9

Kornelius 2017

KORNELIUS, Stefan: Radikalität der Mitte. In: *Süddeutsche Zeitung : Neueste Nachrichten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport* (2017-06-13), Nr. 134, S. 4

Küchenhoff 1975

KÜCHENHOFF, Erich (Hrsg.): *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen : Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster*. Stuttgart : Kohlhammer, 1975 (Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit ; 34). - ISBN: 3-17-002837-5

Kühne 2013

KÜHNE, Anja: *Generisches Femininum an der Uni Leipzig : „Frauen sind keine Sonderfälle“*. Stand: 2013-06-06 <https://www.tagesspiegel.de/wissen/generisches-femininum-an-der-uni-leipzig-frauen-sind-keine-sonderfaelle/8310626.html> Abruf: 2018-04-12

Lenz 2010

LENZ, Ilse: Frauenbewegungen : Zu den Anliegen und Verlaufsformen von Frauenbewegungen als sozialen Bewegungen. In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 867-877. – ISBN: 978-3-531-92041-2

Lünenborg 2008

LÜNENBORG, Margreth; RÖSER, Jutta: *Spitzenfrauen im Fokus der Medien : Die mediale Repräsentation von weiblichen und männlichen Führungskräften in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft : Ein Verbundprojekt der Freien Universität Berlin und der Leuphana Universität Lüneburg*, 2008

Lünenborg 2010

LÜNENBORG, Margreth; BERGHOFER, Simon: *Politikjournalistinnen und –journalisten : Aktuelle Befunde zu Merkmalen und Einstellungen vor dem Hintergrund ökonomischer und technologischer Wandlungsprozesse im deutschen Journalismus : Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV) und der Gesellschaft für Fachjournalistik*. Berlin, 2010

Lünenborg 2012

LÜNENBORG, Margreth; RÖSER, Jutta (Hrsg.): *Ungleich mächtig : Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation*. Bielefeld : transcript Verlag, 2012. - ISBN 978-3-8376-1692-7

Lutz 2017

LUTZ, Martin: Islamisten in Deutschland werden gewaltbereiter. In: *DIE WELT* (2017-07-05), Nr. 154, S. 1

Magin 2010

MAGIN, Melanie; STARK, Birgit: Mediale Geschlechterstereotype : Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. In: *Publizistik* 55 (2010), S. 383–404

Merten 2013

MERTEN, Klaus: *Konzeption von Kommunikation : Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements*. Wiesbaden : Springer, 2013. - ISBN: 978-3-658-01466-7

Meyen 2015

MEYEN, Michael: Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit : Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Handlungslogik der Massenmedien. In: *Publizistik* 60 (2015), S. 21–39

Moser 2010

MOSER, Andrea: *Kampfzone Geschlechterwissen : Kritische Analyse populärwissenschaftlicher Konzepte von Männlichkeit und Weiblichkeit*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. - ISBN: 978-3-531-17416-7

Mühlen Achs 2003a

MÜHLEN ACHS, Gitta; SCHORB, Bernd (Hrsg.): *Geschlecht und Medien*. 2. Aufl. München : Kopaed Verlagsgmbh, 2003 (Medienpädagogik, Bd. 7., 2). – ISBN: 3-935686-66-8

Mühlen Achs 2003b

MÜHLEN ACHS, Gitta: Frauenbilder : Konstruktionen des anderen Geschlechts. In: MÜHLEN ACHS, Gitta; SCHORB, Bernd (Hrsg.): *Geschlecht und Medien*. 2. Aufl. München : Kopaed Verlagsgmbh, 2003 (Medienpädagogik, Bd. 7., 2), S. 13-38. Online verfügbar unter: http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/muehlenachs_frauenbilder/muehlenachs_frauenbilder.pdf Abruf: 2018-04-07

Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung 2017

NIEDERSÄCHSISCHES MINISTERIUM FÜR SOZIALES, GESUNDHEIT UND GLEICHSTELLUNG (Hrsg.): *Frauen und Medien*. Stand: 2017 http://www.ms.niedersachsen.de/themen/gleichberechtigung_frauen/frauen_medien/14086.html Abruf: 2018-04-04

Orde 2013

ORDE, vom Heike: Geschlechterbilder in den Medien : Eine Zusammenfassung ausgewählter Forschungsergebnisse. In: *TelevIZion* 26 (2013), 2, S. 11-15

ProQuote 2017

PROQUOTE MEDIEN E.V. (Hrsg.): Wir kämpfen dafür, dass aus Chef Chefin wird. Stand: 2017 <http://www.pro-quote.de/verein/was-wir-machen/> Abruf: 2018-04-12

ProQuote 2018

PROQUOTE MEDIEN E.V. (Hrsg.): Aufholjagd : Wachsender Frauenmachtanteil bei Print-Leitmedien Stand: 2018-01 <http://www.pro-quote.de/kamele-und-straussenrennen/> Abruf: 2018-03-01

Rager 2001

RAGER, Günther; RINSDORF, Lars: *Gender Mainstreaming in den Medien : Forschungsbericht für das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Frauen des Landes Brandenburg*. Dortmund : media consulting team Dortmund GmbH, 2001. Online verfügbar unter: http://www.masgf.brandenburg.de/media_fast/4055/gm_medien.pdf Abruf: 2018-02-03

Rattay 2017

RATTAY, Wolfgang (Foto): Aufholjagd gestartet. In: *Süddeutsche Zeitung : Neueste Nachrichten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport* (2017-06-26), Nr. 144, S. 1

Remiorz 2014

REMIORZ, Silke: *Gender Mainstreaming in der Kommunalpolitik : Eine empirische Analyse im Kontext von Migration und Integration*. Herbolzheim : Centaurus Verlag, 2014 (Gender and Diversity, Bd. 12). - ISBN: 978-3-86226-959-4

Röben 2013

RÖBEN, Bärbel: *Medienethik und die ‚Anderen‘ : Multiperspektivität als neue Schlüsselkompetenz*. Wiesbaden : Springer, 2013. - ISBN: 978-3-531-19114-0

Röser 2006

RÖSER, Jutta: Der Pressejournalismus als Konstrukteur männlicher Dominanz : Geschlechterverhältnisse auf den Hauptnachrichtenseiten deutscher Tageszeitungen – eine Zwölf-Wochen-Analyse. In: JOURNALISTINNENBUND (Hrsg.): *Präsenz von Frauen in den Nachrichten : Medienbeobachtungen*. Bonn : Journalistinnenbund, 2006, S. 27-36

Röser 2010

RÖSER, Jutta; WISCHERMANN, Ulla: Medien- und Kommunikationsforschung : Geschlechterkritische Studien zu Medien, Rezeption und Publikum. In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 738-743

Sander 2008

SANDER, Uwe: Die Theorie der Schweigespirale. In: SANDER, Uwe; GROSS, Friederike; HUGGER, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 278-281

Schwenk 2006

SCHWENK, Johanna: *Berufsfeld Journalismus : Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Frauen und Männern im Journalismus*. München : Fischer, 2006 (Medien Skripten : Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft, Band 45). - ISBN: 3-88927-391-2

Schümer 2017

SCHÜMER, Dirk: Brüssel in Rosarot. In: *DIE WELT* (2017-06-24), Nr. 145, S. 1

Statista 2018

STATISTA (Hrsg.): *ma 2018 Pressemedien I: Reichweite der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland (in Millionen Lesern)*. Stand: 2018 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/74862/umfrage/reichweite-ueberregionaler-tageszeitungen/> Abruf: 2018-04-08

Stiegler 2010

STIEGLER, Barbara: Gender Mainstreaming : Fortschritt oder Rückschritt in der Geschlechterpolitik? In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 933-938

Süddeutscher Verlag 2004

SÜDDEUTSCHER VERLAG GMBH (Hrsg.): *Süddeutscher Verlag*. Stand: 2004 <http://www.sueddeutscher-verlag.de/info/facts/portrait> Abruf: 2018-04-09

Tomic 2011

TOMIC, Marina: *Gender Mainstreaming in der EU : Wirtschaftlicher Mehrwert oder soziale Gerechtigkeit?*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. - ISBN 978-3-531-18358-9

Vucci 2017

VUCCI, Evan (Foto): Allein gegen den Rest der Welt. In: *Süddeutsche Zeitung : Neueste Nachrichten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport* (2017-06-01), Nr. 125, S. 1

WACC 2015a

WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION (WACC) (Hrsg.): Who makes the news? *The Global Media Monitoring Project (GMMP) 2015 : Highlights of findings*. Stand: 2015 http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf Abruf 03-02-2018

WACC 2015b

WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION (WACC) (Hrsg.): Who makes the news? *Germany : Global Media Monitoring Project 2015 : National Report*. Stand: 2015 http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Germany.pdf Abruf 03-02-2018

Weiderer 1993

WEIDERER, Monika: *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen : Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus*. Regensburg : Roderer, 1993 (Medienforschung, Band 4). – ISBN: 3-89073-626-2

WELT 1997

DIE WELT (Hrsg.): SPD will keine große Koalition. In: *DIE WELT : Unabhängige Tageszeitung für Deutschland* (1997-06-10), Nr. 133 , S. 2

Wernicke 2017

WERNICKE, Christian: Revolution auf schmaler Basis. In: *Süddeutsche Zeitung : Neueste Nachrichten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport* (2017-06-13), Nr. 134 , S. 2

West 1987

WEST, Candace; ZIMMERMAN, Don H.: Doing Gender. In: *Gender and Society* 1 (1987-06), No. 2, S. 125-151

Wetterer 2010

WETTERER, Angelika: Konstruktion von Geschlecht: Reproduktionsweisen der Zweigeschlechtlichkeit. In: BECKER, Ruth; KORTENDIEK, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung : Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2010, S. 126-136

Wetzel 2017

WETZEL, Hubert: Trump soll Abkehr vom Klimaschutz planen. In: *Süddeutsche Zeitung : Neueste Nachrichten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport* (2017-06-01), Nr. 125, S. 1

Wilz 2008

WILZ, Sylvia: Geschlechterdifferenzen : Geschlechterdifferenzierungen In: WILZ, Sylvia M. (Hrsg.): *Geschlechterdifferenzen – Geschlechterdifferenzierungen : Ein Überblick über gesellschaftliche Entwicklungen und theoretische Positionen*. Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2008 (Hagener Studentexte zur Soziologie), S. 7-18

Zeit Online 2017

ZEIT ONLINE (Hrsg.): *Angestellte können Auskunft über Gehälter ihrer Kollegen einfordern*. Stand: 2017-03-30 <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-03/lohngleichheit-manuela-schwesig-bundestag-beschluss-spd-union> Abruf: 2018-03-20

V Analoger Anhang

| | |
|--|----|
| Anhang A: Geschlecht der Journalist_innen nach Medium | 81 |
| Anhang B: Geschlecht der Akteur_innen nach Medium | 81 |
| Anhang C: Position der Akteur_innen 1997 | 82 |
| Anhang D: Stellung zur Gleichberechtigung pro Jahr | 82 |
| Anhang E: Wertung der Akteur_innen durch Journalistinnen | 83 |
| Anhang F: Frauenspezifischer Blickwinkel nach Jahr | 83 |
| Anhang G: Symmetrische Sprache im Jahr 1997 | 84 |
| Anhang H: Symmetrische Sprache im Jahr 2017 | 84 |
| Anhang I: Offen sexistische Sprache nach Jahr | 85 |
| Anhang J: Unterschwellig sexistische Sprache nach Jahr | 85 |
| Anhang K: Unterschwellig sexistische Sprache nach Geschlecht Journalist_in | 86 |
| Anhang L: Kritik an sexistischer Sprache nach Jahr | 86 |
| Anhang M: Mitmeinende Sprache nach Medium | 86 |
| Anhang N: Symmetrische Sprache nach Medium | 87 |
| Anhang O: Symmetrische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr | 87 |
| Anhang P: Offen sexistische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr | 88 |
| Anhang Q: Unterschwellig sexistische Sprache unter Akteur_innen nach Jahr | 88 |
| Anhang R: Kritik an sexistischer Sprache unter Akteur_innen nach Jahr | 89 |
| Anhang S: Sexualisierte Darstellung im Bild nach Jahr | 89 |

Anhang A: Geschlecht der Journalist_innen nach Medium

Geschlecht Journalist*innen * Medium Kreuztabelle

| | | | Medium | | Gesamt |
|-----------------------------|---|---|---------------------|--------|--------|
| | | | Süddeutsche Zeitung | Welt | |
| Geschlecht Journalist*innen | männlich | Anzahl | 19 | 40 | 59 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 32,2% | 67,8% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 54,3% | 74,1% | 66,3% |
| | weiblich | Anzahl | 0 | 7 | 7 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 0,0% | 13,0% | 7,9% |
| | nicht feststellbar | Anzahl | 16 | 7 | 23 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 69,6% | 30,4% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 45,7% | 13,0% | 25,8% |
| Gesamt | Anzahl | | 35 | 54 | 89 |
| | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | | 39,3% | 60,7% | 100,0% |
| | % innerhalb von Medium | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang B: Geschlecht der Akteur_innen nach Medium

Geschlecht Akteur_in * Medium Kreuztabelle

| | | | Medium | | Gesamt |
|----------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| | | | Süddeutsche Zeitung | Welt | |
| Geschlecht Akteur_in | männlich | Anzahl | 188 | 212 | 400 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 47,0% | 53,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 49,5% | 47,2% | 48,3% |
| | weiblich | Anzahl | 26 | 32 | 58 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 44,8% | 55,2% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 6,8% | 7,1% | 7,0% |
| | Kollektivakteur_in, heterogen | Anzahl | 155 | 199 | 354 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 43,8% | 56,2% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 40,8% | 44,3% | 42,7% |
| | nicht feststellbar | Anzahl | 11 | 6 | 17 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 64,7% | 35,3% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 2,9% | 1,3% | 2,1% |
| Gesamt | Anzahl | | 380 | 449 | 829 |
| | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | | 45,8% | 54,2% | 100,0% |
| | % innerhalb von Medium | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang C: Position der Akteur innen 1997

Position Akteur_in * Geschlecht Akteur_in Kreuztabelle^a

| | | | Geschlecht Akteur_in | | | | Gesamt |
|--------------------|--|--------------------------------------|----------------------|----------|-------------------------------|--------------------|--------|
| | | | männlich | weiblich | Kollektivakteur_in, heterogen | nicht feststellbar | |
| Position Akteur_in | Akteur_in nimmt keine der genannten Positionen ein | Anzahl | 203 | 8 | 124 | 12 | 347 |
| | | % innerhalb von Position Akteur_in | 58,5% | 2,3% | 35,7% | 3,5% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 100,0% | 80,0% | 97,6% | 100,0% | 98,6% |
| | Opfer | Anzahl | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % innerhalb von Position Akteur_in | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,3% |
| | Gewalttäter_in | Anzahl | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | | % innerhalb von Position Akteur_in | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% | 0,6% |
| | Ehepartner_in | Anzahl | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | | % innerhalb von Position Akteur_in | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% |
| Gesamt | | Anzahl | 203 | 10 | 127 | 12 | 352 |
| | | % innerhalb von Position Akteur_in | 57,7% | 2,8% | 36,1% | 3,4% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

a. Jahr = 1997

Quelle: SPSS Statistics

Anhang D: Stellung zur Gleichberechtigung pro Jahr

Stellung zur Gleichberechtigung * JAHR Kreuztabelle

| | | | JAHR | | Gesamt |
|---------------------------------|---|---|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Stellung zur Gleichberechtigung | Gleichgültig/nicht feststellbar/kommt nicht vor | Anzahl | 352 | 477 | 829 |
| | | % innerhalb von Stellung zur Gleichberechtigung | 42,5% | 57,5% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 352 | 477 | 829 |
| | | % innerhalb von Stellung zur Gleichberechtigung | 42,5% | 57,5% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang E: Wertung der Akteur_innen durch Journalistinnen

Wertung durch Journalist_in * Geschlecht Akteur_in Kreuztabelle^a

| | | | Geschlecht Akteur_in | | Gesamt |
|-----------------------------|---|---|----------------------|-------------------------------|--------|
| | | | männlich | Kollektivakteur_in, heterogen | |
| Wertung durch Journalist_in | Positive Aussage | Anzahl | 2 | 0 | 2 |
| | | % innerhalb von Wertung durch Journalist_in | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 13,3% | 0,0% | 10,5% |
| | Journalist*in wertet nicht | Anzahl | 13 | 4 | 17 |
| | | % innerhalb von Wertung durch Journalist_in | 76,5% | 23,5% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 86,7% | 100,0% | 89,5% |
| Gesamt | Anzahl | 15 | 4 | 19 | |
| | % innerhalb von Wertung durch Journalist_in | 78,9% | 21,1% | 100,0% | |
| | % innerhalb von Geschlecht Akteur_in | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

a. Geschlecht Journalist_innen = weiblich

Quelle: SPSS Statistics

Anhang F: Frauenspezifischer Blickwinkel nach Jahr

Frauenspezifischer Blickwinkel * JAHR Kreuztabelle

| | | | JAHR | | Gesamt |
|--------------------------------|------|--|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Frauenspezifischer Blickwinkel | nein | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Frauenspezifischer Blickwinkel | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Frauenspezifischer Blickwinkel | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang G: Symmetrische Sprache im Jahr 1997

Geschlecht Journalist*innen * Symmetrische Sprache Kreuztabelle^a

| | | | Symmetrische Sprache | |
|-----------------------------|--------------------|---|----------------------|--------|
| | | | Nein | Gesamt |
| Geschlecht Journalist*innen | männlich | Anzahl | 15 | 15 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 40,5% | 40,5% |
| | nicht feststellbar | Anzahl | 22 | 22 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 59,5% | 59,5% |
| Gesamt | | Anzahl | 37 | 37 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 100,0% | 100,0% |

a. Jahr = 1997

Quelle: SPSS Statistics

Anhang H: Symmetrische Sprache im Jahr 2017

Geschlecht Journalist*innen * Symmetrische Sprache Kreuztabelle^a

| | | | Symmetrische Sprache | | Gesamt |
|-----------------------------|--------------------|---|----------------------|--------|--------|
| | | | Ja | Nein | |
| Geschlecht Journalist*innen | männlich | Anzahl | 2 | 42 | 44 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 4,5% | 95,5% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 100,0% | 84,0% | 84,6% |
| | weiblich | Anzahl | 0 | 7 | 7 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 0,0% | 14,0% | 13,5% |
| | nicht feststellbar | Anzahl | 0 | 1 | 1 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 0,0% | 2,0% | 1,9% |
| Gesamt | | Anzahl | 2 | 50 | 52 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 3,8% | 96,2% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

a. Jahr = 2017

Quelle: SPSS Statistics

Anhang I: Offen sexistische Sprache nach Jahr

Offen sexistische Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|---------------------------|------|---|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Offen sexistische Sprache | Nein | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Offen sexistische Sprache | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Offen sexistische Sprache | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang J: Unterschwellig sexistische Sprache nach Jahr

Unterschwellig sexistische Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|------------------------------------|------|--|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Unterschwellig sexistische Sprache | Ja | Anzahl | 2 | 8 | 10 |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 20,0% | 80,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 5,1% | 15,4% | 11,0% |
| | Nein | Anzahl | 37 | 44 | 81 |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 45,7% | 54,3% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 94,9% | 84,6% | 89,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang K: Unterschwellig sexistische Sprache nach Geschlecht Journalist_in

Geschlecht Journalist*innen ^ Unterschwellig sexistische Sprache Kreuztabelle^a

| | | | Unterschwellig sexistische Sprache | | Gesamt |
|-----------------------------|--|--|------------------------------------|--------|--------|
| | | | Ja | Nein | |
| Geschlecht Journalist*innen | männlich | Anzahl | 8 | 36 | 44 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 18,2% | 81,8% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 100,0% | 81,8% | 84,6% |
| | weiblich | Anzahl | 0 | 7 | 7 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 0,0% | 15,9% | 13,5% |
| | nicht feststellbar | Anzahl | 0 | 1 | 1 |
| | | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 0,0% | 2,3% | 1,9% |
| Gesamt | Anzahl | 8 | 44 | 52 | |
| | % innerhalb von Geschlecht Journalist*innen | 15,4% | 84,6% | 100,0% | |
| | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

a. Jahr = 2017

Anhang L: Kritik an sexistischer Sprache nach Jahr

Kritik an sexistischer Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|--------------------------------|------|--|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Kritik an sexistischer Sprache | Nein | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Kritik an sexistischer Sprache | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 39 | 52 | 91 |
| | | % innerhalb von Kritik an sexistischer Sprache | 42,9% | 57,1% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang M: Mitmeinende Sprache nach Medium

Mitmeinende Sprache * Medium Kreuztabelle

| | | | Medium | | Gesamt |
|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| | | | Süddeutsche Zeitung | Welt | |
| Mitmeinende Sprache | Ja | Anzahl | 34 | 44 | 78 |
| | | % innerhalb von Mitmeinende Sprache | 43,6% | 56,4% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 97,1% | 78,6% | 85,7% |
| | Nein | Anzahl | 1 | 12 | 13 |
| | | % innerhalb von Mitmeinende Sprache | 7,7% | 92,3% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 2,9% | 21,4% | 14,3% |
| Gesamt | Anzahl | 35 | 56 | 91 | |
| | % innerhalb von Mitmeinende Sprache | 38,5% | 61,5% | 100,0% | |
| | % innerhalb von Medium | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang N: Symmetrische Sprache nach Medium

Symmetrische Sprache * Medium Kreuztabelle

| | | | Medium | | Gesamt |
|----------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| | | | Süddeutsche Zeitung | Welt | |
| Symmetrische Sprache | Ja | Anzahl | 0 | 2 | 2 |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 0,0% | 3,6% | 2,2% |
| | Nein | Anzahl | 35 | 54 | 89 |
| | | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 39,3% | 60,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Medium | 100,0% | 96,4% | 97,8% |
| Gesamt | Anzahl | 35 | 56 | 91 | |
| | % innerhalb von Symmetrische Sprache | 38,5% | 61,5% | 100,0% | |
| | % innerhalb von Medium | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang O: Symmetrische Sprache unter Akteur innen nach Jahr

Explizit symmetrische Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|-------------------------------|------|---|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Explizit symmetrische Sprache | Nein | Anzahl | 75 | 74 | 149 |
| | | % innerhalb von Explizit symmetrische Sprache | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 75 | 74 | 149 |
| | | % innerhalb von Explizit symmetrische Sprache | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang P: Offen sexistische Sprache unter Akteur innen nach Jahr

Offen sexistische Sprache Akteur*in ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|-------------------------------------|------|---|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Offen sexistische Sprache Akteur*in | Nein | Anzahl | 75 | 74 | 149 |
| | | % innerhalb von Offen sexistische Sprache Akteur*in | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 75 | 74 | 149 |
| | | % innerhalb von Offen sexistische Sprache Akteur*in | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang Q: Unterschwellig sexistische Sprache unter Akteur innen nach Jahr

Unterschwellig sexistische Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|---------------------------------------|--|--|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Unterschwellig sexistische Sprache | Ja | Anzahl | 0 | 1 | 1 |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 0,0% | 1,4% | 0,7% |
| | Nein | Anzahl | 75 | 73 | 148 |
| | | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | 50,7% | 49,3% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 98,6% | 99,3% |
| Gesamt | Anzahl | | 75 | 74 | 149 |
| | % innerhalb von Unterschwellig sexistische Sprache | | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | % innerhalb von Jahr | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | | |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang R: Kritik an sexistischer Sprache unter Akteur_innen nach Jahr

Kritik an sexistischer Sprache ^ Jahr Kreuztabelle

| | | | Jahr | | Gesamt |
|-----------------------------------|---|---|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Kritik an sexistischer Sprache | Nein | Anzahl | 75 | 74 | 149 |
| | | % innerhalb von Kritik an sexistischer Sprache | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | | % innerhalb von Jahr | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | Anzahl | | 75 | 74 | 149 |
| | % innerhalb von Kritik an sexistischer Sprache | | 50,3% | 49,7% | 100,0% |
| | % innerhalb von Jahr | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | | | | |

Quelle: SPSS Statistics

Anhang S: Sexualisierte Darstellung im Bild nach Jahr

Sexualisierende Darstellung von Männern und Frauen * JAHR Kreuztabelle

| | | | JAHR | | Gesamt |
|--|-----------------------------------|--|--------|--------|--------|
| | | | 1997 | 2017 | |
| Sexualisierende Darstellung von Männern und Frauen | keine sexualisierende Darstellung | Anzahl | 14 | 36 | 50 |
| | | % innerhalb von Sexualisierende Darstellung von Männern und Frauen | 28,0% | 72,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Gesamt | | Anzahl | 14 | 36 | 50 |
| | | % innerhalb von Sexualisierende Darstellung von Männern und Frauen | 28,0% | 72,0% | 100,0% |
| | | % innerhalb von JAHR | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Quelle: SPSS Statistics

VI Digitaler Anhang

Anhang T: Codebuch

Anhang U: Code_Tabelle_Artikel

Anhang V: Code_Tabelle_Akteur_innen

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.

Behne, Marisa