



MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Warum der Witz männlich ist:
eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung
von KabarettistInnen in ausgewählten österreichischen
Printmedien“

verfasst von / submitted by

Anna Syrovatka, BSc (WU)

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Mag. Mag. Dr. Dr. Julia Wippersberg

Mitbetreut von / Co-Supervisor:

/

1 Inhaltsverzeichnis

1	Inhaltsverzeichnis	2
2	Eidesstaatliche Erklärung	5
3	Danksagung	6
4	Vorwort.....	7
5	Ziel der Arbeit	9
6	Aufbau der Arbeit.....	10
7	Forschungsstand	12
7.1	Gender Studies	12
7.2	Zentrale Studien und ihre Ergebnisse.....	16
7.3	Geschlechterstereotype.....	21
7.4	Frauen in Männerdomänen.....	23
7.5	Medienproduktion	25
7.6	Frauenzeitschriften	29
7.7	Einfluss der Medien	31
7.8	Kabarett	33
8	Forschungsfragen und Hypothesen	38
8.1	Forschungsfragen	38
8.2	Hypothese 1	38
8.3	Hypothese 2.....	40
8.4	Hypothese 3.....	41
8.5	Hypothese 4.....	43
8.6	Hypothese 5.....	45
8.7	Hypothese 6.....	47
8.8	Hypothese 7.....	50
9	Methode und Untersuchungsdesign.....	53
9.1	Methode: Inhaltsanalyse.....	53
9.2	Untersuchte Medien, Untersuchungszeitraum und Umfang Material.....	53
9.3	Aufgreifkriterien.....	54
9.4	Erstellung Kategoriensystem und Codebuch	56
9.5	Pretest.....	56
9.6	Codierung und verwendete statistische Verfahren.....	57

10	Auswertung, Darstellung und Interpretation der Ergebnisse.....	60
10.1	Allgemeine Ergebnisse.....	60
10.2	Hypothese 1.....	62
10.3	Hypothese 2.....	65
10.4	Hypothese 3.....	67
10.5	Hypothese 4.....	71
10.6	Hypothese 5.....	74
10.7	Hypothese 6.....	78
10.8	Hypothese 7.....	82
11	Zusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen.....	86
11.1	Forschungsfrage 1 - Repräsentanz und Sichtbarkeit von KabarettistInnen	86
11.2	Forschungsfrage 2 - Zugeschriebene Themen	86
11.3	Forschungsfrage 3 - Geschlechtsspezifische Darstellung Charaktereigenschaften	88
11.4	Forschungsfrage 4 - Geschlechtsspezifische Darstellung Aussehen.....	88
12	Defizite der Untersuchung.....	89
12.1	Objektivität.....	89
12.2	Mängel der Operationalisierung.....	89
12.3	Arbeit mit der Kategorie Geschlecht.....	90
12.4	Mängel der Interpretation.....	91
13	Fazit und Ausblick.....	93
13.1	Fazit: Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	93
13.2	Auswirkungen der Ergebnisse.....	94
13.3	Offen gebliebene Fragen	95
13.4	Nutzen der Arbeit	97
13.5	Ausblick	98
14	Abstract.....	99
15	Deutsches Abstract	100
16	Abbildungsverzeichnis	101
17	Literaturquellen	102
18	Anhang.....	114

„Ich ärgerte mich über so viel Talent, das vergeudet wurde, allein weil es in einem weiblichen Körper zur Welt gekommen war, und über die Mittelmäßigkeit, die belohnt wurde, weil sie in einem Männerkörper steckt.“

(Steinem, 2016, S. 248)

2 Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 18. September 2018

Anna Syrovatka, B.Sc.

3 Danksagung

Bei Mag. Mag. Dr. Dr. Wippersberg bedanke ich mich für die Betreuung dieser Magisterarbeit. Dr. Naderer danke ich für die unkomplizierte Beantwortung meiner Fragen bezüglich der SPSS Auswertungen per Mail.

Auch den Kabarettistinnen Theresia Haiger, Monica Weinzettl und Nadja Maleh danke ich für ihre Unterstützung. Für das Korrekturlesen bedanke ich mich bei Babette Warmuth, Roman Klementovic und Karoline Eadie.

4 Vorwort

Dieses Vorwort soll Ihnen vor allem meine persönliche Motivation für die Themenauswahl näherbringen.

Seit ich mich erinnern kann, war mir Gerechtigkeit ein Anliegen. Während meines Wirtschaftsstudiums betreute ich beispielsweise ehrenamtlich Verkostungen von Fairtrade Bananen. Und im Zuge meiner Bachelorarbeit verglich ich die österreichische Raiffeisen mit einer kanadischen Genossenschaftsbank. Ende 20 begann ich mich schließlich vermehrt für die Gleichstellung der Geschlechter zu interessieren. Ein Mitgrund dafür war bestimmt meine Beschäftigung in einem Ziviltechnikbüro, in dem lange Zeit alle Projektleiter und Techniker männlich waren und alle Assistenzen weiblich.

Weil ich also ein Gespür für die feinen Unterschiede in der Gesellschaft habe und zudem noch eine angeblich typisch männliche Eigenschaft - nämlich Humor (hört sich immer wahnsinnig glaubhaft an, wenn man das von sich selbst schreibt), stellte ich mir schon länger eine Frage. Und zwar: Warum gibt es so viel weniger Kabarettistinnen als Kabarettisten?

Diese Fragestellung fiel mir dann auch wieder ein, als uns Prof. Wippersberg im Masterseminar riet, an ungewöhnliche Alltagsphänomene zu denken, um uns bei der Themenfindung zu unterstützen. Durch die Ergänzung eines kommunikationswissenschaftlichen Hintergrunds, ergab sich so das Thema dieser Masterarbeit.

Ein anderes persönliches Erlebnis zeigt, wie passend die Wahl eines Genderthemas für mich war. Als ich 2008 im Rahmen meiner Französisch Matura über die Wiener und Pariser Kaffeehauskultur sprach, fragte mich die Vorsitzende nach dem bedeutendsten Werk von Simone de Beauvoir. Damals wusste ich es nicht. Zehn Jahre später hielt ich *Das andere Geschlecht* in den Händen, um für diese Magisterarbeit zu recherchieren.

Obwohl es beim Schreiben dieser Arbeit natürlich Ups und Downs gab, war ich prinzipiell mit der Themenauswahl sehr zufrieden. Vor allem die Literaturrecherche empfand ich als ungemein interessant und lehrreich. Weil ich so für das Thema gebrannt habe, hat diese sicher auch länger gedauert als geplant und ich musste sie irgendwann bewusst beenden, sonst würde ich wahrscheinlich heute immer noch ein interessantes Buch zum Thema finden. Ein erstes Tief gab es dann, als einige statistische Fragestellungen auftauchten

durch umfassende Recherche und die Hilfe von Dr. Naderer konnten aber auch diese gelöst werden.

Ich schreibe diese Arbeit in der Hoffnung, durch sie einen kleinen Beitrag zur Erweiterung der Freiheit und des Verhaltensspielraums beider Geschlechter zu leisten und somit zu einer gerechteren Welt beizutragen. Damit irgendwann nicht mehr gilt „Der Platz der Frau in der Gesellschaft ist immer der, den der Mann ihr zuweist.“ (Beauvoir, 1995, S. 103). In diesem Sinne möchte ich dieses Vorwort mit einem Zitat der Frauenrechtlerin Steinem beschließen. Es betont, wie wichtig die Stimme jedes oder jeder Einzelnen ist, um einen Kampf zu gewinnen:

„Wenn ein Nagel fehlt, fällt das Hufeisen ab, wenn das Hufeisen abfällt, ist das Pferd verloren, wenn das verloren ist, ist die Schlacht verloren, wer die Schlacht verliert, verliert auch den Krieg.“ (Steinem, 2016, S. 259).

5 Ziel der Arbeit

Je von einer Hofnärin gehört? Obwohl es heutzutage immer mehr Frauen gibt, die Comedy machen, ist Humor seit jeher ein eher männlich dominierter Bereich. Im Rahmen meiner Magisterarbeit soll daher untersucht werden, wie KabarettistInnen in Artikeln österreichischer Printmedien inszeniert und dargestellt werden. Es soll mittels Inhaltsanalyse herausgefunden werden, wo die Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen liegen und ob zum Beispiel die in Interviews angesprochen Themen aufgrund des Geschlechts variieren (Privatleben, Familienstand, Politik[...]).

Die Arbeit soll widerspiegeln, welche Rollen Frauen und Männern im Kabarett von den Medien (der Gesellschaft) gegeben werden und mit welchen Stereotypen vielleicht gearbeitet wird. Werden bestimmte geschlechtsspezifische Attribute und Zuschreibungen gemacht und welche Bedeutung kommt dem Aussehen der KabarettistInnen zu? Es geht auch um „die Angemessenheit der medialen Darstellung von Frauen im Verhältnis zur jeweiligen gesellschaftlichen ›Realität‹“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 97).

Mögliche Unterschiede bei der Darstellung von Männern und Frauen wurden ganz allgemein in der Medienberichterstattung hinlänglich erforscht. Auch die Politik- und Sportberichterstattung wurden untersucht. Beides sind - wie das Kabarett - klassische Männerdomänen, in denen Frauen in der Minderheit sind.

Trotzdem das Kabarett - ebenso wie der Sport - der Unterhaltung dient, liegt zurzeit in Österreich noch keine Untersuchung der geschlechtsspezifischen Berichterstattung über KabarettistInnen vor. Das Ziel der Arbeit ist es, hierzu einen Beitrag zu leisten und festzustellen, ob die bisherigen Ergebnisse aus der Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft auch auf die Berichte über KabarettistInnen zutreffen.

6 Aufbau der Arbeit

Zum besseren Überblick werden hier kurz die Inhalte der einzelnen Kapitel erläutert.

Begonnen wird diese Arbeit mit dem aktuellen Forschungsstand, welcher im Wesentlichen die Bereiche *Gender Studies*, *Medien* und *Kabarett* umfasst. Bei den *Gender Studies* werden die Entwicklung der *Gender Studies* sowie die einzelnen Strömungen vorgestellt.

Das nächste Kapitel *Zentrale Studien und ihre Ergebnisse* soll einen Überblick über die wesentlichen Untersuchungen zur Darstellung von Frauen in den Medien geben. Es beschäftigt sich unter anderem mit dem Frauenanteil in den Medien und den zentralen Ergebnissen dieser Forschung. Des Weiteren geht es um *Geschlechterstereotype*, *Frauen in Männerdomänen* und *Frauenzeitschriften*.

Im Kapitel *Medienproduktion* geht es um das Geschlechterverhältnis in den Medien, um die Themenauswahl und darum, ob es so etwas wie einen weiblichen Journalismus gibt. Um die Medienthematik abzuschließen, wird in der Folge noch der Einfluss, den die Medien auf uns haben, beleuchtet. Dann wird erklärt, was Kabarett ausmacht und welche Rolle Frauen dort spielen.

In der Folge werden die vier Forschungsfragen und sieben Hypothesen dieser Arbeit beschrieben - inklusive Variablen, Operationalisierung und Theoriebegründung.

Das nächste Kapitel beschäftigt sich mit der *Methode und dem Untersuchungsdesign*. Es wird erläutert, welche Artikel aus welchen Medien, wann untersucht wurden. Aufgreifkriterien, Kategoriensystem, Codebuch, Pretest und die verwendeten statistischen Verfahren werden näher erklärt.

Dann folgt die *Auswertung, Darstellung und Interpretation* der SPSS Statistiken. Sie sind nach den *allgemeinen Ergebnissen* und den sieben Hypothesen gegliedert. Diese werden dort - abhängig vom Signifikanzniveau und Mittelwert – bestätigt oder verworfen. Es gibt auch einige Grafiken zur besseren Darstellung. Außerdem werden die Resultate mit dem aktuellen Forschungsstand verknüpft.

In der Folge werden die Ergebnisse der Untersuchung noch einmal zusammengefasst und die Forschungsfragen werden beantwortet.

Im Kapitel *Defizite der Untersuchung* werden die *Objektivität* der Untersuchung sowie die *Mängel der Operationalisierung* erläutert. Außerdem werden die *Arbeit mit der Kategorie Geschlecht* und die *Mängel der Interpretation* näher beleuchtet.

Im letzten Kapitel *Fazit und Ausblick* werden noch einmal die *Gemeinsamkeiten und Unterschiede* der Untersuchungsergebnisse rekapituliert. Zudem wird auf die *Auswirkungen der Ergebnisse* und den *Nutzen der Arbeit* eingegangen. Die Kapitel schließt mit *offen gebliebenen Fragen* und einem *Ausblick*.

Die Arbeit wird abgeschlossen durch das Abstract in Deutsch und Englisch, das Abbildungsverzeichnis und die Literaturquellen.

Im Anhang finden sich das Codebuch, das Kategorienschema, die SPSS Ergebnisse und die Mails der Kabarettistinnen Nadja Maleh und Monica Weinzettl.

7 Forschungsstand

7.1 Gender Studies

7.1.1 Entwicklung

Die Ursprünge dieser Forschung sind politisch - sie entstand in den 1970er- und 1980er-Jahren im Rahmen der zweiten Frauenbewegung. Die Bewegung entwickelte sich im deutschen Sprachraum aus der 68er Bewegung heraus und behandelte Themen wie die Unterdrückung und sexuelle Ausbeutung von Frauen, Abtreibung, gleichen Lohn für gleiche Arbeit und allgemeine Chancengleichheit. Die erste Frauenbewegung um 1900 herum hauptsächlich setzte sich für das Wahlrecht ein (Babka, 2004, S. 191).

Die verschiedenen Forschungsströmungen entwickelten sich mehr oder weniger simultan mit den zeitgleichen feministischen Strömungen (Riegraf, 2010, S. 17-18). Die Gender Studies kritisierten und prüften die herkömmliche und bisher größtenteils männlich dominierte Wissenschaft. Denn lange Zeit war die männliche Erfahrung die allgemein gültige (Riegraf, 2010, S. 17-18). Oder wie es Beauvoir formulierte: „Die Vorstellung von der Welt ist, wie die Welt selbst, das Produkt der Männer: sie beschreiben sie von ihrem Standpunkt aus, den sie mit dem der absoluten Wahrheit gleichsetzen.“ (Beauvoir, 1995, S. 194).

Weil die Gender Studies als feministisches Projekt nach Veränderung streben, werden sie auch immer gesellschaftskritisch, wissenschaftskritisch und politisch bleiben (Riegraf, 2010, S. 17-18 und Lünenborg & Maier, 2013, S. 15). Jedoch sind die Gender Studies heute im akademischen Mainstream angekommen (Meuser, 2010, S. 94).

Die Benennung der Disziplin hat sich im Laufe der Zeit verändert. Zuerst hieß sie Frauenforschung. Darauf folgte die Geschlechterforschung und die heutigen Gender Studies. Diese sind eng mit den Cultural Studies verknüpft, die auch die „sozialen Strukturkategorien“ Ethnie, Alter, Klasse, Religion und sexuelle Orientierung mit einbeziehen (Sexl, 2004, S. 88-91 und Klaus, 2005, S. 23, 25).

Damit kann auch dem oft an den Feminismus gemachten Vorwurf, dass er nur von der weißen Mittelschicht ausgeht und somit Schwarze und Frauen aus anderen sozialen Schichten ausschließt, entgegengewirkt werden (Degele, 2008, S. 34).

Die bisherige Entwicklung der Gender Studies war durch Perspektivenwechsel geprägt. Im Folgenden werden die verschiedenen Ansätze vorgestellt.

7.1.2 Gleichheitsansatz

Das theoretische Konzept des *Gleichheitsansatzes* möchte die Ungleichbehandlung und Diskriminierung von Frauen analysieren. Außerdem „[...] zielt er auf Gleichberechtigung von Frauen und Männern [ab], ohne darüber hinaus gesellschaftliche Machtverhältnisse infrage zu stellen.“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 18). Typische Fragestellungen für den *Gleichheitsansatz* wären zum Beispiel: „Welche Geschlechtsstereotypen werden durch die Medien transportiert?“ oder: „Welche Möglichkeiten sind uns aufgrund unserer Geschlechtszugehörigkeit verwehrt?“ (Bauer, 2006, S. 10 und Klaus, 2005, S. 46). Denn durch unsere Rollen sind wir nicht gleich und dadurch auch nicht frei (Klaus, 2005, S. 14).

7.1.3 Differenzansatz

In den späten 1970ern und frühen 1980ern ging es vor allem darum „die Differenz der Geschlechter theoretisch genauer zu bestimmen“. Das Männliche galt lange Zeit als normal und das Weibliche als defizitär. Laut dem *Differenzansatz* sind Frauen jedoch nicht defizitär sondern einfach nur anders (Wetterer, 2006, S. 18-19). „Im Mittelpunkt der Betrachtung steht nicht länger die gleiche Teilhabe von Männern und Frauen, sondern die spezifischen Potenziale und Leistungen »des Weiblichen«.“ Die weibliche Andersartigkeit wurde so aufgewertet (Lünenborg & Maier, 2013, S. 19 und Klaus, 2005, S. 47).

Der *Differenzansatz* analysiert gesellschaftliche Strukturen. Da Frauen andere Erfahrungen gemacht haben, haben sie andere Sichtweisen und handeln daher auch anders als Männer. Typisch für den *Differenzansatz* wären demnach: „Fragen nach dem unterschiedlichen Medienhandeln von Frauen und Männern auf Seiten der Produktion und Rezeption und deren Auswirkungen auf das Mediensystem“ (Klaus, 2005, S. 14 und Bauer, 2006, S. 11).

7.1.4 Konstruktionsansatz

Beginn der 1990er kam dann der *Konstruktionsansatz* auf (Wetterer, 2006, S. 20-21). Wesentlich für diesen Ansatz ist, dass die Geschlechtsidentität als eine kulturelle Konstruktion gesehen wird und „weder das kausale Resultat des Geschlechts, noch so starr wie scheinbar dieses“ ist. Man kann also auch eine Frau im männlichen Körper sein und

umgekehrt. Es gibt weiters keinen Grund für die Annahme, dass es nur bei den zwei Geschlechtsidentitäten männlich und weiblich bleiben muss (Butler, 1991, S. 22-23). Infolgedessen verlor „die Geschlechtszugehörigkeit von Personen [...] ihre alltagsweltliche Selbstverständlichkeit“ und wurde als „sozialer Platzanweiser“ erkannt (Wetterer, 2006, S. 16-18).

In diesem Zusammenhang ist die Definition der englischen Wörter *sex* und *gender* wichtig. So bezeichnet *sex* unser biologisches Geschlecht während man unter *gender* die sozial-kulturelle Geschlechtsidentität versteht (Lünenborg & Maier, 2013, S. 16 und Bauer, 2006, S. 15). Noch weiter von unserem Alltagsdenken entfernt sich die US-amerikanische Theoretikerin Butler, indem sie davon ausgeht, „[...] dass weder das, was wir gemeinhin das soziale Geschlecht (*gender*) nennen, noch das, was wir als vermeintlich biologisches Geschlecht (*sex*) kennen, eine natürliche Größe ist.“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 22).

„Der Unterschied zwischen den Geschlechtern ist also nicht vorausgesetzt, sondern [...]“ entsteht durch die soziale Praxis des *doing gender* „an der wir alle beteiligt sind“ (Wetterer, 2006, S. 16-18). Außerdem bedeutet *doing gender*, dass wir definieren, was als männlich und weiblich oder als Männer- und Frauenarbeit gilt (Klaus, 2005, S. 62-63). Durch die permanente Wiederholung dieses unbewussten Prozesses des *doing gender* erscheint das Geschlecht ganz natürlich (Babka, 2004, S. 216). Trotzdem ist veränderbar was männlich und weiblich sein bedeutet (Wetterer, 2006, S. 20-21).

Aus den aktuell geltenden Definitionen leiten wir dann konkrete Handlungsanweisungen für Frauen und Männer ab. Wir können in jeder Situation entscheiden, ob wir diese Handlungsanweisungen annehmen, uns also männlich oder weiblich verhalten. Dies macht die Geschlechtsidentität variabel. Jedoch ist das Geschlecht „[...] nicht in jeder Situation Richtschnur für das Handeln der Menschen.“ Wir handeln nicht immer nur als Mann oder als Frau, sondern manchmal auch als: Führungskraft, Elternteil, MitarbeiterIn, Studierende[...] (Klaus, 2005, S. 62-63).

Hagemann-White wiederum widerspricht dieser Vorstellung: „[...] als handele es sich um einen vergnüglichen Maskenball, worin wir alle nach Lust und Laune einmal Frau, einmal Mann sein können.“ Weiter schreibt sie:

Die Zweigeschlechtlichkeit als Konstrukt zu sehen, das in anderen Kulturen auch anders möglich war und ist, heißt also gerade nicht, dass die Individuen je für

sich und nach eigenem Wunsch ihr Geschlecht herstellen können; dies ist vielmehr ein interaktiver Vorgang, worin wir ganz unabdingbar auf die Mitwirkung unserer Gegenüber und so auf die mit ihnen geteilte, unbewusste Alltagstheorie des Geschlechts in unserer Kultur angewiesen sind. (Hagemann-White, 1995, S. 184-185).

Demnach können uns gegen das *doing gender* nur begrenzt als Individuum wehren. Unser Geschlecht spielt immer eine Rolle, ob wir es wollen oder nicht (Riegraf, 2010, S. 72).

Früher war alles weiblich, was nicht männlich war (Klaus, 2005, S. 44-45). Wenn man wie Butler das biologische Geschlecht jedoch als konstruiert betrachtet, ergibt sich eine weitere Problemstellung: Sofern das Geschlecht nicht mehr als Unterscheidungsmerkmal dient, wer oder was ist dann überhaupt eine Frau? (Degele, 2008, S. 68). Dies ist insbesondere auch deshalb schwierig, weil Frauen keine homogene Gruppe sind. (Klaus, 2005, S. 295). Ferner sind Butlers Vorstellungen in der praktischen empirischen Forschung nicht oder nur sehr schwierig umsetzbar beziehungsweise bearbeitbar (Klaus, 2005, S. 76). Da sie aber in jedem Fall eine interessante Perspektive bieten, gilt es eine Balance zwischen den beiden Sichtweisen zu finden. Genauer hierzu findet sich im Kapitel *Arbeit mit der Kategorie Geschlecht*.

Durch den *Konstruktionsansatz* kam es außerdem zur *konstruktivistischen Wende*. Diese beschreibt den Umstand, dass nun das *doing gender* „ins Zentrum der Betrachtung rückt“. „Ging es bis dahin darum, zu rekonstruieren, wie die als gegeben gedachte Differenz der Geschlechter sozial aufgegriffen und ausgebaut wird, so stand und steht nun die Frage im Mittelpunkt, wie die Zweigeschlechtlichkeit sozial hervorgebracht und zugleich neutralisiert wird.“ (Wetterer, 2006, S. 20-21 und Meuser, 2010, S. 88). Typische Fragestellungen für den *Konstruktionsansatz* wären infolgedessen: Wie werden Geschlechterdifferenzen (re)produziert? Welchen Einfluss hat der Konsum von Medien auf die Bildung der Geschlechteridentität? Und welche Zuschreibungsprozesse von Weiblichkeit und Männlichkeit gibt es im Alltag? (Bauer, 2006, S 13).

Gegenstand der heutigen Forschung des *undoing gender* und des *Dekonstruktivismus* ist hingegen, wie diesen Prozessen entgegengewirkt werden kann (Wetterer, 2006, S. 16-18 und Babka, 2004, S. 199).

Wichtig ist, dass keiner der hier vorgestellten Ansätze obsolet ist, im Gegenteil: jeder Ansatz ist für eine bestimmte Problemstellung genau der richtige (Bauer, 2006, S. 15). Außerdem übernehmen sie „[...] im Verhältnis zueinander eine Kontroll- und Korrekturfunktion.“ (Klaus, 2005, S. 16). Im Rahmen dieser Arbeit wird vor allem der *Gleichheitsansatz* verwendet. Aber auch der *Differenz-* und der *Konstruktionsansatz* spielen bei der Anlage der Untersuchung und der Interpretation der Ergebnisse eine Rolle (Klaus, 2005, S. 67).

7.1.5 Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft

Die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung ist sowohl ein Teilbereich der Gender Studies als auch der der Kommunikations- und der Medienwissenschaft (Lünenborg & Maier, 2013, S. 25). In den USA bestand sie schon länger, seit den neunziger Jahren ist sie auch im deutschsprachigen Raum ein eigener Forschungszweig (Pfannes, 2004, S. 5).

Sie ist ein „interdisziplinäres Projekt“ mit drei zentralen Forschungsfeldern: Journalistinnen, Geschlechterbilder und geschlechtergebundenen Rezeptionsweisen (Klaus, 2005, S. 373, 16).

7.2 Zentrale Studien und ihre Ergebnisse

Dieses Kapitel soll einen Überblick über die wesentlichen Untersuchungen der Darstellung von Frauen und teilweise auch Männern in den Medien geben. Der Großteil dieser Studien basiert auf dem *Gleichheitsansatz* und verwendet als Methode die Inhaltsanalyse (Klaus, 2005, S. 217).

Eine der ersten Studien war jene der Kommunikationswissenschaftlerin Tuchman, die 1978 das Frauenbild in US-amerikanischen Medien untersuchte. Sie kam zu dem Ergebnis, dass Frauen in den Medien so gut wie nicht existierten - oft auch Annullierung genannt - oder wenn doch wurden sie trivialisiert (Klaus, 2005, S. 215).

Gallagher untersuchte 1988 die Darstellung von Frauen im europäischen Fernsehen. Dasselbe tat Küchenhoff 1975 in Deutschland. Die Studie wurde im Jahr der Frau von der Bundesregierung in Auftrag gegeben und Küchenhoff stellte fest, dass das Fernsehen damals ein Medium des Mannes war (Klaus, 2005, S. 217). 15 Jahre später erforschte Weiderer in ihrer Dissertation die Programmformate: Spielfilm, Quiz, Dokumentation und

Nachrichten auf den Sendern *ARD*, *ZDF* und *RTL plus* (Weiderer, 1993, S. 11-13, 31). Schmerl ergründete von 1976 bis 1985 das Frauenbild in fünf bundesdeutschen Printmedien (Weiderer, 1993, S. 48-49). Essentiell ist auch das Global Media Monitoring Project (GMMP), das seit 1995 in regelmäßigen Abständen an einem Stichtag die Berichterstattung in TV, Radio, Print, Twitter und Internet (die letzten beiden erst seit 2015) in 114 Ländern untersucht (Macharia, 2015, S. 8).

Da bisher keine Studien zur Darstellungen von KabarettistInnen vorliegen, sind auch Untersuchungen für uns relevant, die sich mit der Berichterstattung über SportlerInnen oder PolitikerInnen auseinandersetzen, wie jene von Rulofs: sie analysierte 2003 die Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999 hinsichtlich der Konstruktion von Geschlechterdifferenzen (Klaus, 2005, S. 25). Klein untersuchte von 1979 bis 1985 die Sportberichterstattung in Bezug auf Frauen in der *Bild*, der *Welt*, der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* und der *Frankfurter Rundschau* (Klaus, 2005, S. 248). Pfannes untersuchte als eine der Ersten die Darstellung von PolitikerInnen in deutschen Tageszeitungen (Pfannes, 2004).

Zudem gibt es Untersuchungen zum Frauenbild in Liedertexten, Musikvideos, der Werbung sowie in Kinder- und Schulbüchern, Doku-Soaps und Talkshows (Klaus, 2005, S. 25 und Weiderer, 1993, S. 48-49).

In den nun folgenden Unterpunkten werden die Hauptergebnisse dieser und anderer Studien erläutert.

7.2.1 Frauenanteil an der Berichterstattung

All diese Studien haben gezeigt: Frauen haben eine „geringere Medienpräsenz“ als Männer - vor allem in den Themenbereichen: Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Sport (Rulofs, 2003, S. 18-19). Bei Weiderer lag die Frauenquote in den Fernsehbeiträgen 1993 bei ca. 27 % (Weiderer, 1993, S. 308-310). Beim GMMP waren im Jahr 2015 nur 24 % der AkteurInnen weiblich und auch im Internet machten sie nur 26 % aus (Macharia, 2015, S. 8). Es zeigt sich also in dieser Hinsicht nur wenig Veränderung - siehe auch Abbildung 1 über die Zahlen des GMMP von 1995 bis 2015. Dies bestätigt auch eine Facebook Analyse aus dem Jahr 2017 bei der über drei Viertel der HauptakteurInnen der untersuchten Postings Männer waren (Pernegger, 2018, S. 58).



Abbildung 1: Ungleiche Verteilung der Geschlechter in den Nachrichten von 1995 - 2015
(Quelle: Macharia, 2015, S. 24)

In jener Untersuchung, die Klein bis 1985 durchführte, lag „[...] der flächenmäßige Anteil des Frauensports .. bei [...] 4,3 bis maximal 7 %.“ (Klaus, 2005, S. 248). In der tagesaktuellen Sportberichterstattung liegt der Frauenanteil nicht über 15 %. Bei großen Sportereignissen wie Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften korrelieren die Berichtanteile über Frauen schon eher mit der tatsächlichen TeilnehmerInnenanzahl (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 232).

In den von Leinfellner im Jahr 1980 durchleuchteten Nachrichtensendungen des Ersten österreichischen Fernsehprogramms (FS1) waren nur 2 % der gezeigten PolitikerInnen weiblich. Obwohl der Anteil der Politikerinnen im Nationalrat damals bei 9 und in der Bundesregierung bei 29 % lag (Leinfellner, 1983, S. 30).

Studien die sich mit der Frauendarstellung im Radio beschäftigen, gibt es nur sehr wenige (Klaus, 2005, S. 240 und Pfannes, 2004, S. 18).

Zudem ist wissenschaftlich belegt, dass Boulevardzeitungen häufiger über Frauen berichten als Qualitäts- oder Regionalzeitungen. „Da dieser Zeitungstyp bestimmte Themenkontexte bevorzugt, ist hierin jedoch eine ‚zwiespältige Geschlechtergerechtigkeit‘ (Röser 2006) zu sehen.“ (Magin & Stark, 2010, S. 393). Also das zwar mehr über Frauen berichtet wird, allerdings hauptsächlich als Opfer, sexistisch oder anders stereotyp.

7.2.2 Aussehen und Privates

Über Männer wird allerdings nicht nur mehr und länger berichtet, sondern überdies „facettenreicher“. Auch wenn Rulofs in ihrer eigenen Studie keine „’Entsportlichung‘ der Frauen durch [...] außersportliche oder *Human Interest*-Themen“ feststellen kann, bestätigen andere Untersuchungen, dass von den Leistungen der Frauen durch Berichte über Aussehen und Privatleben abgelenkt wird (Rulofs, 2003, S. 35, 139-141, 164). Generell zeigt sich, dass unterhaltende Elemente, insbesondere die sogenannten *Human Interest*-Themen, im Journalismus immer wichtiger werden, sowohl bei den Männern, als auch bei den Frauen (Rulofs, 2003, S. 171).

Egal was Frauen tun, bei ihnen ist die Attraktivität - gemäß dem gängigen Weiblichkeitsstereotyp - doppelt so wichtig wie bei Männern (Rulofs, 2003, S. 35, 139-141, 164). Bei Küchenhoff waren zwei Drittel aller gezeigten Frauen unter 35. „Laut Katz (1988) wird hinsichtlich des äußeren Erscheinungsbildes ein normiertes Frauenbild vermittelt. Die Frau im Fernsehen ist jung, schlank, attraktiv und gut gekleidet.“ (Weiderer, 1993, S. 43). Das GMMP offenbart, dass diese Ergebnisse auch 2015 noch gültig sind (Macharia, 2015, S. 40).

Die US-amerikanische Präsidentschaftskandidatin Clinton konnte sich hingegen nicht darüber beschweren, dass zu wenig über sie berichtet wurde oder dass unverhältnismäßig viel über ihr Aussehen geschrieben wurde. Jedoch war die Tonalität der Berichterstattung negativer als bei ihrem Hauptkonkurrenten Obama.

On a range of traditional indicators of bias, such as coverage amount and mentions of candidate appearance, Clinton’s coverage clearly broke established patterns typically afforded women presidential candidates. However, the tone of Clinton’s coverage was decidedly negative relative to her male competitors. (Miller, Peake, & Boulton, 2010, S. 170).

Ein anderes interessantes Resultat hinsichtlich PolitikerInnen in den Medien ist, dass der sogenannte “gender bias“ also die einseitige Darstellung aufgrund des Geschlechts politische AmtsinhaberInnen nicht betrifft (Gilardi, & Wüest, 2017, S. 1).

7.2.3 Geschlechterstereotype und Rollen

Rulofs findet nur geringfügige, weniger drastische Unterschiede zwischen den Geschlechtern als andere Studien. Jedoch stellt auch sie fest, dass Frauen öfter als emotional beschrieben werden. Bei Männern wird zudem häufiger das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten erwähnt und Superlative im Bezug auf den männlichen Körperbau gebraucht werden (Rulofs, 2003, S. 139-141, 164).

Zudem hat sich in der Sportbeichterstattung gezeigt, dass sowohl Männer als auch Frauen „[...] bevorzugt in sogenannten geschlechtstypischen Sportarten dargestellt werden.“ Das wäre bei Männern beispielsweise Teamsport, Boxen und Autorennen und bei Frauen eher Individualsportarten mit ästhetischer Inszenierung wie Turnen. Eine weitere Erkenntnis vieler Studien im Sportbereich war, dass Männer auf Fotos aktiver dargestellt wurden, als Frauen - sie waren oft passiv (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 233).

Männer werden fast ausschließlich in ihrer beruflichen Rollen gezeigt, Frauen hingegen auch privat (Holtz-Bacha, 2007, S. 11). Küchenhoff fand überdies heraus, dass Frauen im Fernsehen unpolitisch und wenig gesellschaftskritisch dargestellt wurden (Klaus, 2005, S. 228). Sie kamen „[...] in Funktionen, in denen Sachverstand, Kompetenz und Wissen vielfach als notwendige Voraussetzungen angesehen werden, [...] nur in verschwindend geringem Maße zu Wort.“ (Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit, 1975, S. 200-201 nach Holtz-Bacha, 2007, S. 10).

Auch wenn die Medien eine Vielfalt von männlichen und weiblichen Charakteren wiedergeben und „[...] den Charakter und die Psyche von Sportler/innen auf ähnliche Weise und nicht als Gegensätze konstruieren.“ (Rulofs, 2003, S. 174). So orientieren sie sich bei der Darstellung beider Geschlechter dennoch häufig an konventionellen Geschlechterstereotypen und oftmals werden Frauen und Männer gar darauf reduziert (Rulofs, 2003, S. 20 und Weiderer, 1993, S. 308-310).

Hinterfragt werden diese Geschlechterstereotype hingegen nur bei 4 % der Nachrichtenbeiträge (Macharia, 2015, S. 10-11). Die Anzahl der Geschichten über die Gleichberechtigung der Geschlechter steigt wiederum seit 2005 stetig an. Genauso wie sich die meisten Zahlen seit Beginn des GMMP verbessert haben. Nur geht diese Veränderung eben recht langsam vor sich und noch in den wenigsten Bereichen wurde eine Geschlechterparität erreicht (Macharia, 2015, S. 24).

Was genau diese Geschlechterstereotype überhaupt sind, wird im folgenden Kapitel erläutert. Genauer zu den Ergebnissen der jeweiligen Studien findet sich auch in den Theoriebegründungen der einzelnen Hypothesen.

7.3 Geschlechterstereotype

„Stereotype stellen verbreitete und allgemeine Annahmen über die relevanten Eigenschaften einer Personengruppe dar.“ und „werden im Laufe der Sozialisation erworben“ (Alfermann, 1996, S. 9).

Unter Sozialisation versteht man die Vermittlung der Normen und Werte einer Gesellschaft, die wir brauchen, um in dieser Gesellschaft leben zu können und akzeptiert zu werden. Durch Sozialisation wird uns unser Platz zugewiesen, was oft auch Anpassung bedeutet. Dieser Prozess geschieht unbewusst, trotzdem wir sogar selbst aktiv daran teilnehmen (Pfannes, 2004, S. 12-13 und Hort, 2007, S. 79). Hierzu passt das berühmte Zitat der französischen Feministin Beauvoir: „Man kommt nicht als Frau zur Welt, man wird es.“ (Beauvoir, 1995, S. 334).

Stereotype machen unsere komplexe soziale Umwelt für uns erträglicher, indem sie die auf uns einströmenden Informationen reduzieren, selektieren und ordnen. Sie sind veränderbar, was jedoch ein sehr langwieriger Prozess ist. Stereotype dienen wie Vorurteile der Orientierung und Bewertung. Dabei wird meist das Individuum ausgeblendet, es wird generalisiert und einzelne Eigenschaften werden überbetont (Hort, 2007, S. 20, 23, 63, 92).

Die Unterscheidung zwischen Stereotypen und Vorurteilen ist sehr schwierig. Vorurteile hat man meistens gegenüber Fremden und Unbekannten. Auch sie strukturieren und können dazu dienen, gesellschaftliche Herrschaftsverhältnisse aufrecht zu erhalten (Hort, 2007, S. 35, 55, 63). Ein Vorurteil aufgrund des Geschlechts, bezeichnet man als Sexismus (Weiderer, 1993, S. 11-13, 31).

„Geschlechterstereotype und insbesondere Geschlechtsrollenerwartungen spielen in unserer Gesellschaft und im menschlichen Zusammenleben eine wichtige Rolle.“ Wobei sich die beiden gegenseitig beeinflussen und stützen (Alfermann, 1996, S. 167, 22). Geschlechtszugehörigkeit wird dann zu einer sozialen Kategorie, wenn eine individuelle Person nicht aufgrund ihrer individuellen Fähigkeiten und ihrem Handeln wahrgenommen wird, sondern nur als Mitglied einer sozialen Kategorie gesehen wird. Dadurch wer-

den bestimmte Erwartungen aktiviert, „[...] die als Stereotype im Sinne von Wahrscheinlichkeitsannahmen wirken und als Rollenerwartungen normativen Charakter tragen können.“ (Alfermann, 1996, S. 7).

Gängige Stereotype - die auch durch die obenstehenden Studien in den Medien gefunden wurden - wären beispielsweise, dass Frauen emotional, sozial und passiv sind, während Männer aktiv und durchsetzungsfähig sind und nach Leistung streben (Rulofs, 2003, S. 51 und Weiderer, 1993, S. 48-49).

Ob die Verhaltensweisen und Eigenschaften der Geschlechter angeboren sind oder anerzogen wurden, darüber gehen die Auffassungen stark auseinander. Wobei aufgrund empirischer Untersuchungen eher Letzteres anzunehmen ist, weil „in der experimentellen Psychologie relativ wenig Geschlechtsunterschiede“ festgestellt werden konnten (Weiderer, 1993, S. 11-13, 31). Und selbst wenn Unterschiede zwischen den Geschlechtern bestehen, müssen diese nicht unbedingt angeboren sein, sie könnten auch angelernt worden sein. Dies ist bei der Vielzahl von Einflüssen, die auf den Menschen wirken, schwer feststellbar. Wahrscheinlich haben auch Geschlechtsorgane und Hormone einen Einfluss auf unser Verhalten. Selten werden sie es jedoch allein bestimmen. Durch kulturelle Sozialisation lernen wir hingegen sowohl geschlechtsspezifische Verhaltensweisen als auch die gesellschaftliche Rollenverteilung. Zum Beispiel dadurch, dass Eltern geschlechtskonformes Verhalten einfach hinnehmen, geschlechtsunangemessenes hingegen eher wahrnehmen und sanktionieren (Bierhoff-Alfermann, 1977, S. 84).

So sind wir es seit jeher gewohnt, in den Kategorien weiblich und männlich zu denken und Menschen danach zu unterscheiden (Weiderer, 1993, S. 11-13, 31). Geschlechterrollen sind Ausdruck des Systems der Zweigeschlechtlichkeit, in dem Mann und Frau völlig unterschiedlich sind und so gut wie nichts gemeinsam haben. Diese Dichotomie unterteilt beispielsweise in Männer- und Frauenräume, also Öffentlichkeit und Privatheit oder Beruf und Daheim und stellt somit auch eine soziale Ordnung her. In diesem System produziert der Mann und die Frau reproduziert, die Frau ist das Objekt und der Mann das Subjekt. Um dies zu legitimieren wurden den Geschlechtern bestimmte darauf passende Eigenschaften und angemessenes Verhalten zugeschrieben (Pfannes, 2004, S. 10, Gaudart, 1983, S. 9 und Klaus, 2005, S. 351). Stereotype entsprechen „der gängigen geschlechtstypischen Arbeitsteilung und den Geschlechterrollen“ und spielen daher oft auch bei der Berufswahl eine Rolle (Alfermann, 1995, S. 32-33).

Wenn wir in Mann und Frau einteilen, bedeutet das sehr viel mehr, als nur die Anatomie zu unterscheiden. „[...] Geschlecht ist zugleich individuell und auch wieder nicht, weil wir es selbst erschaffen, es aber gleichzeitig auch von außen (kulturell) erschaffen wird.“ Wir beschreiben und klassifizieren durch es und mit ihm (Klaus, 2005, S. 60, 62).

Stereotype beeinflussen jedoch nicht nur, wie wir andere wahrnehmen, sondern auch unser Selbstkonzept. „Insbesondere lässt sich zeigen, dass die Geschlechterrollen einen bedeutenden Einfluss auf die individuelle Entwicklung haben.“ (Alfermann, 1996, S. 33, 170). So kann beispielsweise die „[...] Orientierung [...] am negativ bewerteten weiblichen Stereotyp [...] bei [...] Frauen zu einer Verringerung des Selbstwertgefühls und zur Abwertung des eigenen Geschlechts führen.“ (Weiderer, 1993, S. 11-13, 31). Überhaupt war lange Zeit alles Männliche immer mehr wert als das Weibliche und zudem war es im Gegensatz zum Weiblichen positiv konnotiert (Alfermann, 1996, S. 9 und Weiderer, 1993, S. 11-13, 31).

Zum Abschluss dieses Kapitels sei noch erwähnt, dass es „aber auch viele Bereiche“ gibt „wo keine Unterschiede existieren“ (Bierhoff-Alfermann, 1977, S. 112). „Neben statistischen Differenzen zeigen sich zugleich immer weitgehende Übereinstimmungen zwischen den Geschlechtern.“ (Klaus, 2005, S. 351).

7.4 Frauen in Männerdomänen

Die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung bringt „natürliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern“ nicht nur zum Ausdruck sondern „diese im Gegenteil allererst hervor“. Daher hat „so gut wie jede Arbeit“ „ein bestimmtes Geschlecht“ (Wetterer, 1995, S. 200, 207).

Und dieses ist nur allzu oft männlich:

Der Arzt, der Ingenieur, der sich die Haare raufende, bis spät in der Nacht im Labor stehende oder vor dem Computer sitzende Wissenschaftler [...]. Diese Bilder sind androzentrisch. Das bedeutet, dass etwas als allgemein Menschliches ‚verkauft‘ wird, was aber eigentlich ‚männlich‘ gedacht ist. (Degele, 2008, S. 36).

Klassische Männerdomänen wären zum Beispiel das Militär, die Polizei oder auch der Sport. Wenn Frauen in diesen Bereichen aktiv werden, überschreiten sie traditionelle Geschlechtergrenzen. „Das Eindringen von Frauen in klassische Männerdomänen stellt diese selbst in Frage und gefährdet bisher klar umrissene Räume zur sozialen Herstellung von Männlichkeit.“ Das führt zu „sozialen Schließungs- und Abwehrmechanismen“ (Lorber, 1999; Müller et al., 2002 nach Kleindienst-Cachay & Heckemeyer, 2006, S. 113, 114). Zudem widersprechen die Anforderungsprofile in vielen männlich konnotierten Sportarten den gesellschaftlichen Weiblichkeitsnormen. Weshalb es für Frauen dann dort schwierig ist, soziale Anerkennung zu erwerben. Um Anerkennung zu erhalten, distanzieren sich manche Sportlerinnen daher von „normalen“ Frauen und nehmen männliche Verhaltensweisen an (Kleindienst-Cachay & Heckemeyer, 2006, S. 118, 119).

Oft wird in Männerdomänen auch die weibliche Eignung für die Ausübung der Tätigkeit in Frage gestellt (Pantti, 2007, S. 35). „So bestätigte Carmen Thomas‘ Versprecher ‚Schalke 05‘ das Vorurteil, dass Frauen unfähig sind, qualifiziert über Sportereignisse zu berichten, während ähnliche Versprecher eines Moderators eher humorig aufgenommen und keineswegs zum Prüfstein männlicher Qualifikation erhoben werden.“ (Klaus, 2005, S. 66).

Immer wenn die große Mehrheit in einem Bereich männlich ist - wie es beispielsweise auch bei Führungskräften der Fall ist - kann „[...] man aus einem Beispiel keine allgemeingültigen Schlüsse ziehen. Der Mangel an weiblichen Führungskräften führt jedoch dazu, dass eine Frau als Repräsentantin für ihr gesamtes Geschlecht angesehen wird.“ (Sandberg, 2013, S. 226). Wenn es eine Frau dann doch einmal geschafft hat, wird sie umso kritischer beäugt und die Erwartungen an sie sind denkbar hoch. Briske untersuchte 2004 in Dänemark, Estland, Italien und Lettland die Erwartungen an Politikerinnen. Dabei kam heraus, dass diese „außergewöhnlich“ sein sollen und nicht nur „eine von uns“, sondern „eine unserer Besten“. Klar ist in diesem Zusammenhang auch, dass diese übertrieben hohen Erwartungen „[...] höchstwahrscheinlich zu Enttäuschungen führen.“ (Pantti, 2007, S. 46-47).

Und was hinzukommt: Egal ob Sportlerin, Journalistin, Politikerin oder Kabarettistin. Frauen sind mit anderen Frauen auch nicht automatisch solidarisch. Im Gegenteil auch sie tragen die bestehenden Geschlechter- und Machtverhältnisse im Sinne des *doing gender* mit. Dies führt im schlimmsten Falle zur Abwertung von Kolleginnen (Klaus, 2005, S.

202-203). Das Handeln von Menschen ist immer zugleich „Produkt und Bestätigung“ ihrer Position in der geschlechtlichen Hierarchie (Klaus, 2005, S. 353). Dadurch sind wir Frauen auch mitverantwortlich für die Benachteiligung oder Schlechterstellung von anderen Frauen. Frauen sind gleichzeitig Opfer und Mittäterinnen (Klaus, 2005, S. 44-45).

7.5 Medienproduktion

7.5.1 Geschlechterverhältnis in der Medienproduktion

“In 2005 women made up 37 % of reporters in print, television and radio news globally.” Dieser Prozentsatz hat sich laut dem GMMP in den letzten 10 Jahren nicht geändert (Macharia, 2015, S. 50). In Deutschland erhebt eine repräsentative JournalistInnenbefragung aus demselben Jahr ebenfalls einen Frauenanteil von 37 % (Weischenberg/Malik/Scholl, 2006, S. 45 nach Lünenborg & Maier, 2013, S. 80).

Im Jahr 1980 gab es bei den von Leinfellner untersuchten Nachrichtensendungen des Ersten österreichischen Fernsehprogramms (FS1) keine weibliche Redakteurin. Insgesamt waren zum Zeitpunkt der Untersuchung nur 7% der NachrichtenmoderatorInnen weiblich. Das Verhältnis von Regisseuren zu Regisseurinnen im Kinderprogramm lag damals bei 20:1 (Leinfellner, 1983, S. 22, 25, 27).

Der ORF hatte als eine der ersten Rundfunkanstalten in Europa weibliche Moderatorinnen und Nachrichtensprecherinnen (Gaudart, 1983, S. 6). Außerdem lobt der Bericht des österreichischen Teams des Global Media Monitoring Projects den ORF, der einen Gleichstellungsplan veröffentlicht hat, um die Gleichstellung der Geschlechter zu fördern. Dieser enthält konkrete Maßnahmen wie Fortbildungen, Mentoringprogramme, die Unterstützung von Männern, die in Karenz gehen wollen und die Bevorzugung von Frauen bei der Einstellung bei gleicher Qualifikation (Who makes the news?, 2015, S. 4).

Im Jahr 1979 lag der Frauenanteil im ORF bei 30,7 % und jener in den Leitungsfunktionen bei 1,8 % (Gaudart, 1983, S. 12). Im Jahr 2014 schreibt der ORF selbst dazu in eben diesem Gleichstellungsplan auf der Seite 4:

Zum Stichtag 1.7.2013 stehen im ORF 1.477 Frauen 2.008 Männer gegenüber, das entspricht einem Frauenanteil von 42,4 % [...]. Auf Ebene der Geschäftsführung steigt der Frauenanteil mit Stichtag 1.7.2013 auf 20,0 % (2011: 0,0 %). Auf

Ebene der ORF-Landesstudio-Direktionen verdoppelt sich der Frauenanteil auf 22,2% (2011: 11,1 %). Auf Ebene der Hauptabteilungsleitungen beträgt der Frauenanteil unverändert 21,9 % (2011 21,9 %).

Gespräche mit ORF-Journalistinnen am Journalistinnenkongress 2017 zeigten jedoch, dass Positionen mit Macht und Einfluss im ORF trotzdem mehrheitlich in männlicher Hand sind - was sich vor allem auf die Programmgestaltung auswirkt und zu einer "Überbetonung der physischen Erscheinung bei Frauen" führt (Weiderer, 1993, S. 51, 68 und persönliche Kommunikation am Journalistinnenkongress, 07.11.2017).

Auch in der Medienproduktion gibt es eine Zuteilung der jeweiligen Arbeitsbereiche und -aufgaben nach traditionellen geschlechtsspezifischen Zuweisungen: Der prozentuelle Frauenanteil ist im Jahr 1979 in den Bereichen Sport, Wirtschaft und Politik geringer als in anderen Bereichen. Klaus bezweifelt aber, dass diese Resultate heute noch gültig sind (Klaus, 2005, S. 164).

1984 stellten Nerverla und Kanzleiter jedenfalls fest, dass

[...] im Journalismus eine vertikale und horizontale Segregation existiert. Vertikal, weil Frauen sich vor allem auf den unteren Positionen in der Hierarchie finden, geringere Karrierechancen haben und ein niedrigeres Einkommen erhalten. Horizontal, weil sie überproportional in den weniger prestigeträchtigen Ressorts arbeiten und innerhalb derselben Arbeitsbereiche eher die untergeordneten Tätigkeiten ausüben. (Klaus, 2005, S. 161).

Passend zur vertikalen Segregation wurde im Rahmen des Ersten Österreichischen Journalistinnenkongresses das Phänomen der Gläsernen Decke erläutert: „Dieses Bild basiert auf einem Experiment mit Fischen, denen in ihrem Aquarium eine gläserne Decke eingezeichnet wurde. Nach einiger Zeit waren die Fische so konditioniert, dass sie auch nach Entfernen der gläsernen Decke nie mehr über diese Marke hinausgeschwommen sind.“ Gibt es eine ähnliche Konditionierung auch bei Frauen, die sich für Führungspositionen nicht bewerben, weil sie vielleicht zu selbstkritisch sind und sich für chancenlos halten? (Rauch-Kallat, 1999, S. 15 und Klaus, 2005, S. 53). Laut Klaus konnte die ange-

nommene größere Selbstkritik der Frauen allerdings nicht durch Studien belegt werden (Klaus, 2005, S. 201).

Fest steht jedoch, dass je weniger Einfluss eine Position hat, desto mehr Frauen dort zu finden sind. Es kommt also zu einer Feminisierung durch Statusverlust oder zu einem Statusverlust durch Feminisierung (Scheithauer, 1999, S. 46).

Klaus meint jedenfalls, dass männliche Journalisten öfter vom Narzissmus gelehrt werden, während Frauen oftmals ein mangelndes Selbstvertrauen haben (Klaus, 2005, S. 201). Vielleicht liegt es aber auch daran, dass manche Berufe im Journalismus schwer mit Kindern vereinbar sind (Klaus, 2005, S. 175).

Obwohl Journalistinnen zumeist besser ausgebildet sind, verdienen sie im Durchschnitt weniger - auch in derselben Position wie ein männlicher Kollege. Zudem arbeiten mehr Frauen freiberuflich, also unsicherer (Klaus, 2005, S. 164, 167-168).

7.5.2 Themenauswahl in der Medienproduktion nach Geschlecht

Bei der Themenauswahl in der journalistischen Produktion spielt die Aufmerksamkeit, die durch das Thema erzeugt werden kann, eine große Rolle. Andere Selektionskriterien sind der Erfolg der betreffenden Person und ihre Persönlichkeit (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 231, 239). Weitere sogenannte Nachrichtenfaktoren nach Schulz sind Sensation, Status, Negativismus (only bad news are good news), Zeit, Nähe und Personalisierung (Huhnke, 1996, S. 60). Natürlich ist auch die Ausrichtung an den Bedürfnissen und vermuteten Interessen des Publikums von Bedeutung (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 231, 239).

Für diese Arbeit ist hingegen insbesondere interessant, ob es Unterschiede in der Themenauswahl bei Männern und Frauen gibt. Beispielsweise wurde festgestellt, dass „[...] männliche Programmierer [...] vorrangig Themen aus[wählen], die für Männer interessant und wichtig erscheinen.“ (Weiderer, 1993, S. 51, 68). Dies spiegeln auch einige der Themen aus den *Top 10 News Stories 2015* aus dem GMMP wieder, über die Frauen am wahrscheinlichsten berichten würden. An fünfter Stelle kam hier die Frauenbewegung, an sechster die Veränderung der Geschlechterverhältnisse, an siebter Geburt und Verhütung und auf Platz 10 waren die Frauenrechte als Nachrichtenthema. Bei den Themen, die die Männer auswählten, wird zumindest unter siebtens folgendes genannt: Belästigung, Gewalt gegen Frauen, Vergewaltigung, Femizid, Menschenhandel und die weibliche Geni-

talverstümmelung (Macharia, 2015, S. 56). Es ist davon auszugehen, dass Frauen deshalb mehr frauenspezifische Themen auswählen, weil es ihrer geschlechtstypischen Zuweisung entspricht (Klaus, 2005, S. 197).

Geschlechtsspezifische - oder wie Küchenhoff sie 1975 noch nannte - Frauenfragen „[...] das heißt die kritische Auseinandersetzung mit der besonderen Situation der Frau, wird in den Programmen des bundesdeutschen Fernsehens vernachlässigt.“ Dies stellt auch Weiderer 1993 noch fest und Schmerl kommt ebenfalls zu diesem Ergebnis. Komischerweise ist Emanzipation selbst in Frauenzeitschriften ein seltenes Thema (Klaus, 2005, S. 229, 245, 264).

Außerdem enthalten Nachrichtenbeiträge von männlichen Journalisten weniger weibliche Hauptakteurinnen als jene Beiträge von Journalistinnen: „In 2015, 29 % of news subjects in stories reported by female journalists are women compared to 26 % by male reporters.“ (Macharia, 2015, S. 54).

Diese Befunde würden dafür sprechen, dass mehr Frauen in der Medienproduktion die Inhalte derselben, sowie auch die Darstellung der Frau in den Medien verändern würden. Klaus hingegen meint diesbezüglich, dass allein mehr Frauen in den Medien nicht automatisch zu einer Veränderung führen werden, da die Darstellung von Frauen in den Medien auch noch von anderen Faktoren abhängt (Klaus, 2005, S. 213).

Auch der nächste Befund legt nahe, dass wir es uns mit der Devise „mehr Frauen in der Produktion führen zu mehr Frauen in der Berichterstattung“ zu einfach machen. Magin & Stark analysierten Tageszeitungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz und bezeichneten diesen Erklärungsansatz zumindest als „umstritten“. „Erstaunlich ist z. B. die inhaltsanalytisch gemessene starke Marginalisierung [der Frauen in der Berichterstattung der] [...] österreichischen Medien vor dem Hintergrund, dass der Frauenanteil im Journalismus unter den drei Ländern dort am höchsten ist.“ (Magin & Stark, 2010, S. 401).

Diese Arbeit möchte klären, ob auch für die Kabarettberichterstattung gilt, was Pfister (sie untersuchte die Berichte der Bildzeitung über die Frauenfußballweltmeisterschaft 2011) für die allgemeine Sportpresse feststellte, nämlich dass sie: “von Männern, für Männer produziert wird und über Männer berichtet” (Pfister, 2015, S. 639).

7.5.3 Männlicher und weiblicher Journalismus?

Gemäß dem *Differenzansatz* haben Frauen andere Sichtweisen und Alltagserfahrungen und handeln deshalb anders. Befragte Journalistinnen bestätigen, dass differente Lebenswelten zu Unterschieden in der journalistischen Praxis führen.“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 86).

So fragte Keil 1992 dann auch: „Gibt es einen weiblichen Journalismus?“ Darauf antwortet sie selber 1999 folgendermaßen: „Nein, weil es den weiblichen Journalismus als Perspektive und Arbeitsweise, die alle Frauen gemeinsam haben und die sie von allen Männern unterscheidet, nicht geben kann.“ Auch empirische Befunde wie standardisierte Befragungen und Selbstbeschreibungen sprechen gegen „systematische Differenzen qua Geschlecht“ beim beruflichen Selbstverständnis und der Arbeitsweise (Lünenborg & Maier, 2013, S. 86 und Keil, 1999, S. 91). Das Geschlecht kann jedoch im professionellen Umfeld durchaus manchmal handlungsrelevant sein, genauso wie es etwa auch die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Schicht, einer Religion, einer Ethnie oder einer Generation sein kann (Klaus, 2005, S. 211).

Grundsätzlich überwiegen die Gemeinsamkeiten zwischen Männern und Frauen. Jedoch kann es durchaus sein, dass „[...] es doch einige Aspekte gibt, in denen Journalistinnen und Journalisten partiell und zeitweise differieren.“ (Keil, 1999, S. 91). In manchen Situationen und bei manchen Themen agieren Frauen anders und weichen somit „von der gängigen, durch Männer geprägten journalistischen Praxis“ ab. Männer und Frauen beherrschen mehrere Kommunikationsstile und entscheiden je nach Situation, welchen sie annehmen, empathisch oder konfrontativ (Klaus, 2005, S. 199, 211).

7.6 Frauenzeitschriften

Frauenzeitschriften sind entstanden, „[...] um Frauen als Zielgruppe besser zu erreichen.“ (Klaus, 2005, S. 251). Von Beginn an gab es an ihnen jedoch viel Kritik. So bemängelte etwa die US-amerikanische Frauenrechtlerin Friedan, dass sie Frauen „widerstandslos in ihrer zweitrangigen gesellschaftlichen Position“ halten, ein „eindimensionales Frauenbild“ vermitteln und so bestehende Rollenbilder noch verstärken (Klaus, 2005, S. 254 - 256 und Knaute, 1993, S. 9). Außerdem enthalten sie viele Anzeigen und sollen so zum Konsum anregen (Huhnke, 1996, S. 25). Lange Zeit blieben auch der weibliche Alltag

und die Berufstätigkeit aus den Frauenzeitschriften ausgeklammert (Huhnke, 1996, S. 26).

Jedoch hat beispielsweise *Brigitte* ihre Themen erweitert und das Frauenbild modernisiert (Klaus, 2005, S. 260). Knaute untersuchte 1988 die deutsche Frauenzeitschrift *Cosmopolitan* und stellte fest, dass 92 % der dargestellten Frauen erwerbstätig waren. Zudem waren 39,1 % der HauptakteurInnen weiblich und nur 18,8 % männlich (Knaute, 1993, S. 73, 98). Wie wir bereits wissen, ist dieses Verhältnis in den meisten Fällen umgekehrt – vergleiche hierzu Kapitel *Frauenanteil an der Berichterstattung*. Wie wir bereits wissen, sagt die „[...] Präsenz von Frauen in den Medien noch lange nichts über ihre Darstellung aus[...]“. Zu berücksichtigen ist somit nicht nur das ›Ob‹, sondern auch das ›Wie‹ der Darstellung.“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 100). Prinzipiell hat jede Frauenzeitschrift ihr eigenes Frauenleitbild und auch ihr eigenes Männerbild (Klaus, 2005, S. 263).

Trotz aller Kritik haben Frauenzeitschriften jedoch auch einen „frauenspezifischen Blick auf gesellschaftliche Probleme“. Frauen und ihre Anliegen können sich hier ernst genommen fühlen. Da viele Frauen gerne Frauenzeitschriften kaufen und lesen, ist davon auszugehen, dass sie mit ihren Ratschlägen einen Nutzen für den weiblichen Lebensalltag bieten. Während Friedan noch fand, dass die Zeitschriften den „emanzipatorischen Forderungen nach Gleichberechtigung“ entgegenstehen, meint Klaus, dass sie „nicht prinzipiell emanzipatorischem Gedankengut“ widersprechen. So gründete 1977 etwa die deutsche Frauenrechtlerin Schwarzer die Zeitschrift *Emma*, um „einen feministischen Kontrapunkt“ zu schaffen. Insgesamt gibt es aber auch starke Unterschiede zwischen *Brigitte* und der sogenannten Regenbogenpresse. So hat jede Schicht ihre eigene Frauenzeitschrift (Klaus, 2005, S. 254 – 256, 263 und Knaute, 1993, S. 9).

Zusammenfassend könnte man vielleicht sagen, dass sie eine gute Ergänzung zu den herkömmlichen männlich dominierten Medien sind. Das weibliche Medieninteresse wird in den seltensten Fällen nur von Frauenzeitschriften gestillt werden können, aber es können sich dort Themen finden, die in anderen Medien nicht bearbeitet werden (Klaus, 2005, S. 355).

An dieser Stelle noch eine kurze Anmerkung zu anderen Medienprodukten speziell für Frauen: Bei der Durchsicht der Literatur schien es, als wären eigene Frauensendungen im Fernsehen oder auch Frauenseiten in Zeitungen eine Zeit lang recht populär gewesen –

siehe etwa Klaus, 2005 (Erstauflage 1998), S. 240. Während heute *DieStandard* das einzige mir bekannte Produkt ist.

7.7 Einfluss der Medien

So viel steht fest: Die Realität beeinflusst die Medien, genauso ist dies aber auch umgekehrt der Fall (Weiderer, 1993, S. 19-20). Wir werden durch die Medien sozialisiert und diese Anpassung des Verhaltens an die Gesellschaft dauert unser Leben lang an (Pfannes, 2004, S. 6).

Massenkommunikation ist zwar nur ein Sozialisationsfaktor von vielen, aber in folgenden drei Fällen ist er besonders stark: Erstens wenn man sich über ein Thema noch keine Meinung gebildet hat, zweitens wenn die eigene Identität noch nicht stark gefestigt ist und drittens wenn man bereits bestehende Vorstellungen in derselben Richtung hat (selektive Wahrnehmung) (Fabris & Kreuzhuber, 1976, S. 15-16).

Auch die *Kultivierungstheorie* geht von einer „sozialisierenden Wirkung des Fernsehens auf sein Publikum“ aus. Je mehr ich schaue, desto eher glaube ich, was im Fernsehen gezeigt wird, also dass das Fernsehen die Realität widerspiegelt (Weiderer, 1993, S. 61).

Durch Medienkonsum können wir ferner Verhalten erlernen. „Der empirisch belegten Tatsache des Lernens durch Medienmodelle liegt die *sozial-kognitive Lerntheorie* von Bandura (1979) zugrunde. Dieser Theorie zufolge läuft ein großer Teil sozialen Lernens [...] durch Beobachtung des Verhaltens anderer ab.“ (Weiderer, 1993, S. 56). Natürlich beeinflussen aber nicht nur die Medien, sondern viele unterschiedliche Faktoren unser Verhalten.

Und gemäß dem *Agenda Setting Ansatz* strukturieren die Medien Denken und Wissen des Publikums durch die Themenauswahl und -wiederholung. Presse, Fernsehen, Radio und Internet können demnach das Interesse an bestimmten Themen und deren wahrgenommene Relevanz verstärken oder reduzieren (Weiderer, 1993, S. 66).

Medien übermitteln eine Vorstellung davon, „was oder wer wichtig ist in dieser Welt“ und tragen so wesentlich zur „gesellschaftlicher Bedeutungsproduktion und -zirkulation“ bei. Wenn Frauen seltener in den Medien vorkommen, bedeutet das vielleicht auch, dass sie und das was sie tun, offenbar weniger wichtig sind (Holtz-Bacha, 2007, S. 13-14 und Klaus, 2005, S. 26).

Der Anteil den die Medien - und mit ihnen auch der Journalismus und die öffentliche Kommunikation - „an der Herstellung, Aufrechterhaltung und Veränderung der ‚Realität der Geschlechterordnung‘ haben, ist nicht zu unterschätzen“ (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 230 und Lünenborg & Maier, 2013, S. 25). Sie geben uns einen Großteil jener Bilder vor, die wir „vom ›Mannsein‹ und ›Frausein‹, vom lesbischen, schwulen, bi- oder transsexuellen Leben“ im Kopf haben (Lünenborg & Maier, 2013, S. 13). Die Medien bieten somit Imitations- und „Identifikationsmodelle“ für Männer und Frauen (Leinfellner, 1983, S. 22).

Weil in den Medien vieles vereinfacht dargestellt wird, werden zur Darstellung der Geschlechter oft auch Stereotypen verwendet. Vor allem die Werbung wiederholt diese medialen Stereotype dann sehr oft - bis wir sie glauben (Hort, 2007, S. 90). Das Problem dabei ist, dass sie dadurch die „Vielfalt und Differenz (z. B. innerhalb der Gruppe der Frauen) reduzieren und auch naturalisieren (Hall 1997: 257 nach Lünenborg & Maier, 2013, S. 102). In Anbetracht all dessen wäre die Darstellung von Frauen und Männer in ihrer ganzen Vielfalt - jenseits von Stereotypen - umso wichtiger. Für junge Menschen wäre es wesentlich, beispielsweise auch starke, selbstbewusste Frauen als Identifikationsfiguren in den Medien zu zeigen.

Medien haben also die Macht andere Bilder zu vermitteln und so vielleicht Bestehendes zu verändern. Sie können infolgedessen zur „Aufrechterhaltung des Status quo“ beitragen oder ein „Instrument für sozialen Wandel“ sein (Gaudart, 1983, S. 5). Da die Ursachen für Geschlechterungerechtigkeiten tief in der Gesellschaft verwurzelt sind, muss des Weiteren klar sein, dass Medien nicht die alleinige Ursache dafür sind, genauso wenig wie sie diese allein verbessern können. Dennoch sind Medien essentiell für die Karriere von PolitikerInnen, SportlerInnen und KabarettistInnen (Holtz-Bacha, 2007, S. 13-14).

Wir erwarten von den Medien die „adäquate Wiedergabe einer gesellschaftlichen Gegebenheit“ (Leinfellner, 1983, S. 22). Oft vergessen wir dabei jedoch, dass beispielsweise auch eine TV-Live-Übertragung kein reines Abbild der Wirklichkeit ist, sondern durch Selektion und Aufbereitung konstruiert wird (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 231 und Klaus, 2005, S. 32). Diesen Blickwinkel, dass Medien die Realität konstruieren, bezeichnet man als *konstruktivistische Perspektive*. Sie zeigen also auch Männer und Frauen nicht so, wie sie in Wirklichkeit sind, sondern „vielmehr referieren die medialen Geschlechterrepräsentationen auf Wirklichkeit, sie formen das, was soziokulturell als Weib-

lichkeit und Männlichkeit gilt, womit sie diese Vorstellungen (re)produzieren“ (Bronfen 1995: 409, Wenk 1996: 62, Engel 2002: 16 nach Lünenborg & Maier, 2013, S. 41).

Die *Reflexionshypothese* wiederum besagt, dass Massenmedien herrschende gesellschaftliche Werte widerspiegeln. Jedoch hinken sie bei ihrer Darstellung der Wirklichkeit meist zumindest etwas hinterher (Klaus, 2005, S. 215).

Es soll nicht unerwähnt bleiben, dass Männer und Frauen auch im Medienhandeln ihr Geschlecht ausüben. „Selbst wenn Frauen und Männer zum selben Angebot greifen, nehmen sie [...] nicht unbedingt dasselbe wahr.“ (Klaus, 2005, S. 63, 66).

Überhaupt kann der Inhalt des Mediums nicht mit der Wirkung auf den/die RezipientIn gleichgesetzt werden. Dazu gibt es zu viele andere Einflussfaktoren (Klaus, 2005, S. 216). „Die Annahme eines kausalen Wirkungszusammenhangs widerspricht ... wesentlichen Ergebnissen der im angelsächsischen Raum geführten Diskussion um das Soap-Opera-Genre ebenso wie neueren Rezeptionstheorien, die vom aktiven Publikum ausgehen.“ (Klaus, 2005, S. 267).

Medienbotschaften sind immer vom Kontext und unserem aktuellen Lebenszusammenhang abhängig (Klaus, 2005, S. 269, 304). Wir sind keinesfalls gezwungen, „die ideologische Position einer Sendung einzunehmen“ oder uns mit den übermittelten Werten zu identifizieren, nur weil es uns Vergnügen bereitet, die Sendung anzusehen (Klaus, 2005, S. 317). Wir müssen auch nicht bei jedem medialen Konsum das bestehende Geschlechterverhältnis hinterfragen. Manchmal dürfen wir auch einfach nur Spaß haben.

7.8 Kabarett

Die *chat noir* war das weltweit erste Kabarett, das 1881 in Paris eröffnete und als *cabaret artistique* also Künstlerkneipe bezeichnet wurde (Budzinski & Hippen, 1996, S. 62).

Kabarett ist die „deutsche Form des französischen Worts Cabaret“ und steht wie Variété „[...] für ein zeitlich und örtlich begrenztes Miteinander verschiedener Kunstformen ... zum Zwecke leichter und ... zeitkritischer Unterhaltung.“ Kabarett kann folgende Elemente aus Theater, Literatur, Tanz oder Musik enthalten: Dialog, Monolog, Pantomime, Lyrik, Prosa, Lieder, Satire, Parodie, Travestie, Wortspiele, Übertreibung, Sketche, Slapstick, Schauspiel und Witze mit unerwarteten Pointen (Budzinski & Hippen, 1996, S. 164-166 und Fleischer, 1989, S. 59, 104).

Kabarett ist aber nicht nur eine Kunstgattung sondern auch jener Veranstaltungsort mit Bühne, an dem die besagte Kleinkunstveranstaltung stattfindet (Fleischer, 1989, S. 14).

Zusammenfassend könnte man sagen: Kabarett ist eine multimediale Kunstform, die am Puls der Zeit gesellschaftliche und politische Ereignisse verarbeitet und kommentiert. Durch die geistige, räumliche und auch regionale Nähe zu seinem Publikum - also durch die Wechselwirkung zwischen Künstler und Rezipient - dient es nicht nur als gesellschaftliches Ventil, sondern verändert sich auch in einem fort (inhaltlich wie formal), so dass kein Kabarettabend dem anderen gleicht. (Vesely, 2007, S. 9).

Im Idealfall verschwimmen KabarettistInnen mit ihrem Bühnencharakter/ihrer Rolle. Wobei wichtig zu erwähnen ist, dass KabarettistInnen ihre Texte nicht immer selbst schreiben müssen. KabarettistInnen sind oft moralische Instanz und dürfen sogar das Publikum beschimpfen. Die Interaktion mit dem Publikum beispielsweise durch Zwischenrufe ist überhaupt sehr wichtig im Kabarett. KünstlerInnen müssen darauf spontan reagieren und auch improvisieren können (Fleischer, 1989, S. 13, 48, 49, 59, 71, 78, 132).

Bezüglich der Funktion des Kabarett ist folgendes zu sagen: Es setzt sich kritisch mit Personen aus dem öffentlichen Leben, der Politik und dem Zeitgeist auseinander und soll zum Nachdenken anregen (Budzinski & Hippen, 1996, S. 164-166 und Fleischer, 1989, S. 59, 104). Es kann zudem ein Ventil für die ZuschauerInnen sein, weil sie dort über Ärgernisse lachen können und so von ihrem Frust erlöst werden (Vesely, 2007, S. 9). Kabarett darf auch Tabus ansprechen und hilft so das Unsagbare zu sagen (Gilbert, 2004, S. xiii, 9). Manchmal kann es auch subversiv sein. Lustig, aktuell und gesellschaftskritisch sollte es aber immer sein. Wie gut belehrende KabarettistInnen tatsächlich ankommen, sei dahingestellt, es ist jedoch nicht ungewöhnlich, im Kabarett auch etwas Neues zu lernen / zu erfahren (Fleischer, 1989, S. 47).

7.8.1 Frauen im Kabarett

1989 waren in den USA 17 % der Mitglieder der Professional Comedians Association weiblich. Andere Schätzungen gehen von rund einem Drittel weiblicher Stand-Up Comedians in den USA aus (Gilbert, 2004, S. xix).

Da für die österreichische Kabarettszene keine Zahlen verfügbar waren, habe den Frauenanteil, der auf Wikipedia unter der Kategorie Kabarettist geführten KabarettistInnen in den deutschsprachigen Ländern Österreich, Schweiz und Deutschland ausgerechnet. Von 132 KabarettistInnen in der Kategorie Österreich sind 26 % weiblich, von 70 KabarettistInnen in der Kategorie Schweiz sind 30 % weiblich und von 513 KabarettistInnen in der Kategorie Deutschland sind 22 % weiblich (Kategorie: Kabarettist (Österreich), 2018, Kategorie: Kabarettist (Schweiz), 2018 und Kategorie: Kabarettist (Deutschland), 2018).

Die Stellung der Frau im Kabarett hat sich stark gewandelt. Anfangs war sie eher die erotischen *femme fatale* - oft auch *Disease* genannt, die von Männern geschriebene Chansons sang. Ab den 1920er Jahren stand sie immer mehr im Mittelpunkt. Teilweise gab es sogar Kabarettlokale, die von Frauen geleitet wurden. Trotzdem bleibt das Kabarett lange ein männlich dominierter Bereich und auch heute ist die Frau im Ensemblekabarett oft nur eine „Alibifrau“. Erst durch das Solokabarett konnten Frauen sich „kabarettistisch profilieren.“ 1993 wurde in München das Netzwerk „Frauen und Kabarett“ gegründet (Budzinski & Hippen, 1996, S. 73, 107-108). Hier sei auch die Sendung *Ladies Night* auf WDR erwähnt, bei der nur Kabarettistinnen auftreten.

Was in den Medien oft der Fall war und ist, gilt auch für das Kabarett: Frauen werden als gut anzusehende Präsentatorinnen verwendet und die Inhalte kommen weiterhin von Männern. Auch Schmidinger war lange der „gschmackige Aufputz für die zeitkritische Herrenriege“. „Es war damals selbstverständlich beim Kabarett, dass die Frauen eher für die optische als für die intellektuelle Herausforderung des Publikums sorgten.“ Des Weiteren bemerkte sie: „Es ist merkwürdig: Deine Leistung kann noch so beeindruckend sein, die Leute - und besonders die Frauen - reagieren fast ausschließlich auf den optischen Eindruck. Wohlwollend, wenn du entsprichst, sehr irritiert, wenn du die Norm durchbrichst.“ (Schmidinger, 1998, S. 28, 59).

Diesen *double bind* zwischen gutem Aussehen und Humor beschrieben auch die Kabarettistinnen beim Münchner Festival des Netzwerks „Frauen und Kabarett“. Außerdem kritisierten sie den Mangel an Solidarität unter den Frauen (Budzinski & Hippen, 1996, S. 107-108).

Oft zu beobachten ist in diesem Zusammenhang auch folgendes Phänomen: In Talk oder Comedy Shows sitzt eine Frau aus repräsentativen Gründen unter fünf Männern (Pantti,

2007, S. 33-36). Diesen sogenannten Tokenismus erklärt Kirchhof 2010 auf der Seite 200 so:

Als ‚Token‘ (vgl. Moss Kanter 1977) werden Minderheiten in einer Organisation bezeichnet, die aufgrund ihrer zahlenmäßigen Unterlegenheit unter besonderer Beobachtung stehen. Ihr Verhalten wird nicht individuell nach funktionalen Kriterien, sondern anhand stereotyper Zuschreibungen beurteilt und symbolhaft auf die gesamte Gruppe übertragen.

Humor ist seit jeher ein eher männlich dominierter Bereich. Hier könnten wir also wieder fragen: Gibt es einen weiblicher Humor? Diese Frage vollständig zu beantworten, würde den Umfang der Arbeit bei weitem sprengen. Erwähnt sei jedoch, dass es hier - wie beim Journalismus – unterschiedliche Ergebnisse und Ansätze gibt. So wurde beispielsweise festgestellt, dass Frauen zwar weniger Witze erzählen als Männer, aber dass sie dafür lustig in „conversational interactions“ waren (Goodwin 1982; Jenkins 1985; Kotthoff 2000 nach Bird, 2010, S. 83). Gilbert stellte wiederum in ihrer Untersuchung 2004 fest, dass „[...] female comics display little difference from male comics in terms of what they talk about on stage.“ (Gilbert, 2004, S. 173).

Dem widersprechend, wird oft angenommen, dass Kabarettistinnen in ihren Programmen nur Frauenthemen wie „relationships, shopping, and menstruation“ bearbeiten, welche vermeintlich keine Relevanz für Männer haben. Häufig wird daher geglaubt, dass Comedy von Frauen, eher nur für Frauen ist. Während Männerkabarett und die dort thematisierten Angelegenheiten für beide Geschlechter gleichermaßen interessant und ansprechend sein sollen (Bore, 2010, S. 147, 152).

Der US-amerikanische Komiker Lewis gab zu, dass manche weibliche Comedians dazu führen, dass er sich unwohl fühlt. „This statement implies that these women have crossed into an area in which they are unappreciated by some or at the very least unexpected.“ (Bird, 2010, S. 85). Auch die US-amerikanische Humoristin Barreca meint: „It is the inability [...] to deal with comedy by women rather than the inability of women to produce comedy“. (Gilbert, 2004, S. v).

Die Kabarettistin Brugger beschreibt beispielsweise folgendes: „Wer Menschen zum Lachen bringt, verlangt außerdem immer auch Aufmerksamkeit, ist dominant und hält das, was er oder sie sagt, für wichtiger als das, was sonst gesagt würde.“ (Brugger, 2016, S. 26). Wer also eine Person zum Lachen bringt, hat zumindest in dem Moment die Macht über sie. Vielleicht mit ein Grund, warum vielen Frauen im Kabarett suspekt sind (Steinem, 2016, S. 266).

Andererseits kann es auch mächtig machen, über die eigene Machtlosigkeit und Marginalität zu performen und zu lachen (Gilbert, 2004, S. 177). „Indeed, marginal humor may empower the powerless, may invert and subvert the status quo and in doing so, may make the dominant culture uncomfortable. Humor is inextricably linked to power.“ (Gilbert, 2004, S. xv).

Zur Veranschaulichung der Thematik passen hier ganz gut Zitate zweier Kabarettistinnen. Die Schweizer Kabarettistin Brugger schreibt beispielsweise: „Du bist aber sehr lustig - für eine Frau“, muss ich mir manchmal anhören und fühle mich dann so, als wäre ich eine Tetraplegikerin, der man sagt, sie beherrsche ihren Rollstuhl so gut.“ Für Brugger ist das ein „als Lob gemeinter und als Beleidung getarnter Kommentar“ (Brugger, 2016, S. 25). Abschließend meint sie: „Denn weniger lustig als Frauen sind schließlich nur Männer, die einer Frau ganz ernsthaft erklären, dass sie sie überraschend lustig finden.“ (Brugger, 2016, S. 27). Humor ist für Brugger zwar „kein überlebenswichtiger Teil der Grundausstattung des Menschen“ aber in jedem Fall eine Fluchtmöglichkeit „vor der unlustigen Realität“ (Brugger, 2016, S. 25).

Und zum Abschluss des Kapitels nun die deutsche Kabarettistin Politt:

„Was machen Sie als Frau im Kabarett?“ werde ich also von Journalisten immer wieder gern gefragt, und nach vielen vergeblichen Versuchen, dieser Frechheit argumentativ zu begegnen, reduziert sich meine Reaktion mittlerweile auf die Gegenfrage: „Meinen Sie, ich sollte es mal als Mann probieren?“ (Politt, 1995, S. 151).

8 Forschungsfragen und Hypothesen

In diesem Kapitel werden zuallererst die konkreten Forschungsfragen vorgestellt und in der Folge die sieben Hypothesen dieser Forschungsarbeit erläutert. Für jede Hypothese wird die unabhängige und die abhängige Variable mit den jeweiligen Ausprägungen angegeben. Außerdem wird die Hypothese theoretisch begründet und es werden Angaben zur Operationalisierung gemacht. Unter Operationalisierung versteht man, wie die Theorie empirisch messbar gemacht werden kann.

8.1 Forschungsfragen

Die Forschungsfrage 1 befasst sich mit der Dimension der Repräsentanz und Sichtbarkeit von KabarettistInnen und lautet folgendermaßen: *Wo liegen die Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten auf quantitativer Ebene in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen?* Um sie zu beantworten, wurden die Hypothesen 1 und 2 aufgestellt.

Die Forschungsfrage 2 betrachtet die zugeschriebenen Themen: *Welche Themen werden in den Artikel und Interviews hauptsächlich angesprochen?* Sie wird durch die Hypothesen 3, 4 und 5 untersucht.

Die Forschungsfragen 3 und 4 beschäftigten sich mit der geschlechtsspezifischen Darstellung von KabarettistInnen in Zeitungsartikeln. Die Forschungsfragen 3 lautet: *Welche geschlechtsspezifischen Attribute und Zuschreibungen lassen sich bei der Darstellung von KabarettistInnen beobachten?* Zu ihr gehört die Hypothese 6. *Welche Bedeutung kommt dem Aussehen der KabarettistInnen zu?* Diese vierte Forschungsfrage soll durch Aufstellung der Hypothese 7 beantwortet werden.

8.2 Hypothese 1

Es wird mehr über männliche Kabarettisten berichtet als über weibliche.

8.2.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable: Menge der Berichterstattung über KabarettistInnen in österreichischen Printmedien

Ausprägungen: Anzahl der Berichte über Kabarettistinnen, Anzahl der Berichte über Kabarettisten

8.2.2 Operationalisierung für Hypothese 1

Unabhängige Variable: Es ist wichtig zu klären, wie bestimmt wird, wer der oder die HauptakteurIn eines Artikel ist. Die einzig sinnvolle Regel, die dafür gefunden wurde, stammt von Prinz, der jemanden als HauptakteurIn codierte, „wenn mindestens 75 Prozent der Texteinheit“ auf ihn oder sie bezogen waren (Prinz, 2010, S. 56). Für diese Arbeit soll es jedoch für die Codierung als HauptakteurIn schon ausreichen, wenn sich 50% Prozent der Wörter eines Artikel auf eine Person beziehen, um auch Artikel mit kollektiven Akteuren codieren zu können. Bauer unterschied nämlich 2008 „zwischen männlichen, weiblichen und kollektiven Akteuren“ (S. 34).

Bei kollektiven also mehreren HauptakteurInnen, soll folgendermaßen vorgegangen werden: „Enthielt ein Bericht sowohl Informationen über Frauen als auch über Männer, wurde er einmal unter Frauenberichterstattung und einmal unter Männerberichterstattung erfasst.“ (Schmerl, 2002, S. 393). Pro Artikel können maximal drei HauptakteurInnen festgelegt werden. Wenn mehrere AkteurInnen ungefähr gleich viel Raum einnehmen, sollen jene codiert werden, auf welche sich der größte anteilige Prozentsatz der Wörter eines Artikels bezieht. Wird also im ersten Schritt *Beides/kollektive Akteure* codiert, wird beginnt die Codierung von V8 wiederholt, weil nur mit *Männlicher Hauptakteur* oder *Weibliche Hauptakteurin* weitergearbeitet werden kann. Dadurch kann es dazu kommen, dass die Anzahl der Artikel und die Anzahl der Analyseeinheiten variiert.

Wie unter den *Aufgreifkriterien* erläutert, sollen geschlechtsneutrale Artikel, also solche in denen weder ein Mann noch eine Frau erwähnt wurden, wie bei Schmerl gar nicht in die Stichprobe kommen (2002, S. 393).

Im Rahmen dieser Arbeit soll demzufolge die folgende, schon oben erwähnte Unterscheidung getroffen werden:

- Weibliche Hauptakteurin
- Männlicher Hauptakteur

Zudem soll der Name der Hauptakteurin/des Hauptakteurs notiert werden, um festzustellen, über welche KabarettistInnen wie oft berichtet wird.

Abhängige Variable: Hier wird am Ende der Codierung einfach gezählt, wie viele Artikel einen männlichen Hauptakteur, eine weibliche Hauptakteurin oder beides hatten.

8.3 Hypothese 2

Wenn ein Mann der Hauptakteur eines Artikels ist, dann ist der Artikel im Durchschnitt länger als wenn eine Frau die Hauptakteurin ist.

8.3.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable V6: Anzahl der Wörter des Artikels

Ausprägungen: Durchschnittslänge des Artikel über eine weibliche Hauptakteurin, Durchschnittslänge des Artikel über einen männlichen Hauptakteur

8.3.2 Operationalisierung für Hypothese 2

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: In den meisten Studien wird die Größe der Artikel in cm² gemessen, wie beispielsweise auch bei Semetko & Boomgaarden im Jahr 2007 (S. 157). In der vorliegenden Arbeit wurden die Artikel allerdings aus dem APA Onlinemanager gezogen - wodurch sie ihre ursprüngliche Formatierung und Größe verloren haben. Daher wird hier stattdessen der gesamte Artikel (inklusive allen Überschriften) in ein Worddokument kopiert und dort die Anzahl der Wort gezählt.

8.3.3 Theoriebegründung für Hypothese 1 und 2

„Ideally, a healthy democratic system should be representative of the society it serves.” formulieren O’Neill, Savigny & Cann 2016 auf der Seite 293 die Idealvorstellung einer Demokratie. Gleichzeitig sollten aber auch die Medien die Gesamtgesellschaft möglichst gut widerspiegeln. Dies ist jedoch leider nicht der Fall. Denn trotzdem es immer mehr Frauen in Führungspositionen und wichtigen öffentlichen Ämtern gibt, sind sie in den Medien unterrepräsentiert. So kommen Frauen noch immer seltener in den Nachrichten

vor, werden seltener als Expertinnen zu Rate gezogen und seltener zitiert, als Männer. O'Neill, Savigny & Cann untersuchten zum Beispiel das Vorkommen von Politikerinnen in der Berichterstattung der Britischen Medien. Während in den Jahren 1992 und 2002 der Prozentsatz der Frauen im Parlament und ihr Anteil an der Medienberichterstattung in etwa gleich hoch waren, erhielten die 22 % weiblichen Abgeordneten im Jahr 2012 nur mehr 16,3 % der Gesamtberichterstattung (O'Neill, Savigny & Cann, 2016; Schmerl, 2002; Lünenborg & Röser, 2012 und Bauer, 2008).

Auch Küchenhoff analysierte in seiner bekannten Studie „eine eklatante Unterrepräsentanz von Akteurinnen im TV-Programm“ (Röser & Wischermann, 2010, S. 738) und Tuchman spricht 1978 gar von einer Verdrängung der Frau in die „symbolische Nichtexistenz“ (Dorer & Klaus, 2008, S.103). Einen Frauenanteil in der Berichterstattung von nur 5 % im Bereich der Wirtschaft, 12 % in der Wissenschaft und immerhin 20 % Politik stellten Röser & Müller 2012 fest (S. 44, 45).

In den USA untersuchten Foreit u.a. 1980 Nachrichtenstories mit männlichen und weiblichen HauptakteurInnen in bürgerlichen Tageszeitungen. Dabei stellten sie fest, dass „die Berichte über Frauen [...] kürzer“ und „ihre Fotos kleiner“ waren. Auch Davis erforschte 1982, dass Berichte über Männer länger waren (Schmerl, 2002, S. 390-391). Und Pallaver & Lengauer fanden 2008 heraus, dass männliche Politiker in den ORF-Hauptnachrichten durchschnittlich fast fünfmal länger sprechen dürfen als ihre weiblichen Kolleginnen (S. 107).

Die Redezeit der Gäste einer britischen TV-Show namens *Mock the Week* (ähnlich unserem *Was gibt es Neues?*) erforschten Lawson & Lutzky 2016. Dabei kamen sie zu dem Ergebnis, dass die weiblichen Gäste nur 4 % aller gesprochenen Worte für sich verbuchen konnten (S. 151).

Röser spricht 2006 sogar von einem „Nachrichtenfaktor Geschlecht“. „Das soll heißen, das Geschlecht von Akteuren stellt ein - nicht notwendigerweise bewusstes - journalistisches Auswahlkriterium dar, das zu einer systematischen Bevorzugung männlicher Akteure in der Berichterstattung führt.“ (Holtz-Bacha, 2007, S. 12).

8.4 Hypothese 3

Wenn eine Frau die Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird in diesem Artikel mehr über frauenspezifische Themen berichtet als bei einem Hauptakteur.

8.4.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable V10y: Männer- und Frauenspezifische Themen

Ausprägungen: Kein männer - oder frauenspezifisches Thema, mehr männerpezifische Themen, mehr frauenspezifische Themen, gleichviel Männer - *und* frauenspezifische Themen

8.4.2 Operationalisierung für Hypothese 3

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: Hier kann ein Thema codiert werden, „wenn das spezielle Thema in zusammenhängenden Sätzen in der Texteinheit behandelt wird oder an mehreren Stellen kurz erwähnt wird“ (Prinz, 2010, S. 159). Leider beziehen sich die erwähnten frauenbeziehungsweise männerspezifischen Themen der meisten Studien auf die Politik. Aus den Studien von Lünenborg & Röser, 2012, S. 15; Pallaver, & Lengauer, 2008, S. 105; Westle & Bieber, 2009, S. 189; Weiderer, 1993, S. 144, Pantti, 2007, S. 37 und vor allem Schmerl, 2002, S. 404 konnte folgendes herausgenommen werden:

- frauenspezifische Themen: Soziales, Gesundheit, Bildung, Familie, Geschlechtergleichstellung, Partnerschaft, Haushalt & Wohnen, Mode & Kosmetik, Kultur, Verbraucherfragen, Umwelt, Unterhaltung, Prominente und Sexualität
- männerpezifische Themen: Wirtschaft, Sport, Beruf, Politik, Finanzen, Wissenschaft, Militär, Verbrechen, Information und Technik

Weitere, hier nicht aufgeführte Themen, sollen im Laufe der Arbeit ergänzt werden.

8.4.3 Theoriebegründung

Pallaver, & Lengauer konnten 2008 nachweisen, „[...] dass es nach wie vor eine stereotype Themenzuordnung gibt und dass die geschlechtsspezifische Aufteilung in „Soft News“ (Frauen) und „Hard News“ (Männer) Kontinuitäten aufweist.“ (S. 120). Dass Frauen eher mit Soft News in Verbindung gebracht werden, bestätigt auch die Studie von O’Neill, Savigny & Cann (2016, S. 302). So werden zum Beispiel Politikerinnen oft im Zusammenhang mit den weiblichen konnotierten Themen „Soziales, Gesundheit, Bildung

und Familie“ dargestellt (Lünenborg & Röser, 2012, S. 15 und Pallaver, & Lengauer, 2008, S. 105).

Zwar sind Frauen dann bei diesen sogenannten weichen Themen immerhin weniger unterrepräsentiert, jedoch machen diese Themen nur einen geringen Teil der Gesamtberichterstattung aus (Schmerl, 2002, S. 391, 404-405, 408-409). Die Abbildung 2 zeigt jene Themen, in denen Frauen laut dem GMMP 2015 am häufigsten vorkommen.

Table 15 Top 10 topics in which women are most likely to be present. 2015

Rank	Topic
1	Beauty contests, models, fashion, cosmetic surgery
2	Family relations, inter-generational conflict, parents
3	Birth control, fertility, sterilization, termination...

Abbildung 2: Top 3 Themen in denen Frauen 2015 am häufigsten vorkommen

(Quelle: Macharia, 2015, S. 34)

Auch die Presseanalyse von Röser aus dem Jahr 2006 bestätigt, dass Frauen vor allem in den Themenfeldern Wirtschaft, Politik und Sport benachteiligt werden (Holtz-Bacha, 2007, S. 11).

8.5 Hypothese 4

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann wird das Frau-Sein öfter thematisiert, als bei Kabarettisten das Mann-Sein.

8.5.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable VII: Erwähnung Frau-Sein/Mann-Sein

Ausprägungen: Frau- oder Mann-Sein *nicht* erwähnt, Frau- oder Mann-Sein erwähnt

8.5.2 Operationalisierung für Hypothese 4

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: Für diese Variable soll die von PolitikerInnen auf KabarettistInnen abgeänderte Definition von Westle & Bieber verwendet werden: „Als manifeste Thematisierungen von „Geschlecht“ sind hier solche Aussagen definiert, in denen explizit auf das Faktum des Frau- oder Mann-Seins Bezug genommen wird, auf die Bedeutung des Geschlechts für“ die Arbeit als KabarettistIn „sowie auf Positionen [...] in Fragen der Geschlechtergleichberechtigung und –gleichstellung“ (2009, S. 183). Eine Aussage kann nach Maier & Lünenborg „ein einzelnes Wort, ein Satzteil, ein ganzer Satz oder ein Abschnitt eines Medientextes“ sein (Maier & Lünenborg, 2012, S. 70).

Es wäre zum Beispiel folgende Frage des Interviewenden an eine Kabarettistin denkbar: „Wie empfinden Sie die Arbeit als Frau in der doch sehr männlich dominierten Kabarett-szene?“ Hier wird das Frau-Sein explizit hervorgehoben, was dann auch als „Frau-Sein wird erwähnt“ codiert werden muss.

8.5.3 Theoriebegründung

Schmerl erforschte westdeutsche Printmedien und fand heraus, dass Frauen „in allen Untersuchungsjahren“ am häufigsten im Bereich „Kultur und Unterhaltung“ vorkommen (Wolf, 2008, S. 71). Ebenso konstatierte sie den „vorzugsweisen Einsatz von Frauen im Kontext von Unterhaltung & Erheiterung“ (Schmerl, 2002, S. 391, 400, 408).

Aufgrund dieser Resultate könnte eigentlich angenommen werden, dass auch viel und ganz selbstverständlich über weibliche Kabarettistinnen berichtet wird, da diese ja wunderbar in den Bereich *Unterhaltung & Erheiterung* passen würden. Denn „[...] Frauen sind anscheinend glänzend dafür geeignet, einer Sache bei Bedarf einen komischen Anstrich zu geben.“ (Schmerl, 1985, S. 49). Dies geschieht oft leider auch dadurch, dass Frauen herabgesetzt werden, indem sie witzig präsentiert werden. „Obwohl über Männer in absolutem Umfang mehr gelacht wird, als über Frauen, so ist doch bemerkenswert, dass der Humor [...] anteilmäßig für die Frauenberichterstattung einen breiteren Raum einnimmt als für die Männerberichterstattung.“ (Schmerl, 1985, S. 25).

Ausgehend von den Ergebnissen, die die kommunikationswissenschaftliche Forschung bezüglich Politikerinnen erzielt hat, ist jedoch davon auszugehen, dass Kabarettistinnen eher als “other” von der männlichen Norm inszeniert werden (O’Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 296 und Beauvoir, 1995, S. 12). Was Rosenberg über Politikerinnen schrieb, stimmt vielleicht auch für Kabarettistinnen: nämlich, dass sie „in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit primär Frauen“ sind (Rosenberger, 2008, S. 93-94).

Ihre Geschlechterzugehörigkeit wird besonders betont, „wohingegen die Geschlechtlichkeit“ der Kabarettisten „in der Berichterstattung ausgeblendet bleibt“. Gerade aber durch diese Hervorhebung des Frau-Seins wirkt die Inszenierung der männlichen Kabarett-Elite noch viel stärker (Lünenborg & Maier, 2012, S. 115, 199).

Den Begriff *Männerkabarett* gibt es nicht, von Männern gemachtes Kabarett ist der Standard. „Wenn Frauen Kabarett machen, bekommt das jedoch sehr oft das Etikett *Frauenkabarett*.“ (Egger, 2008, S. 29).

8.6 Hypothese 5

Wenn eine Frau die Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird in diesem Artikel mehr über ihr Privatleben gesprochen als wenn ein Mann der Hauptakteur ist.

8.6.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable V12h: Erwähnung Privatleben

Ausprägungen: Privatleben nicht erwähnt, Privatleben einmal kurz erwähnt, Privatleben besonders herausgearbeitet,

8.6.2 Operationalisierung für Hypothese 5

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: Das Privatleben gilt als erwähnt, wenn einer oder mehrere der folgende Bereiche angesprochen werden:

- Alter

- Familie (z.B.: Eltern, Geschwister, Kinder)
- Familienstand (z.B.: ledig, verheiratet, verwitwet und geschieden)
- Liebe/Partnerschaft
- Freunde
- Freizeit/Urlaub/Hobbies
- Sonstiges

Hierzu wurden die Bereiche von Koch & Holtz-Bacha, 2008, S. 62; Westle & Bieber, 2009, S. 173 und Schmerl, 2002, S. 390-391 adaptiert und ergänzt. Außerdem soll angegeben werden, wie oft das Privatleben in einem Artikel erwähnt wurden.

8.6.3 Theoriebegründung

Die Begriffe Haus und Privates sind seit jeher weiblich konnotiert, außerhäusliche Aktivitäten sowie öffentliches Agieren männlich (Klaus & Drüeke, 2010, S. 244). Trotzdem im Zuge der Frauenbewegung das Private politisch wurde, belegen zahlreiche Inhaltsanalysen, dass die Berichterstattung über Frauen eher auf Persönliches fokussiert als jene über Männer.

Dies ist insbesondere deshalb gravierend, weil dadurch wertvoller Platz beziehungsweise Zeit für das verloren geht, was diese Frauen vielleicht Wichtiges zu sagen hätten (O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 295).

Es ist ein allgemeiner Trend zur personalisierten Berichterstattung zu beobachten, jedoch gibt es immer noch verhältnismäßig mehr personalisierte Stories über das Privatleben von Frauen (O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 295 und Magin & Stark, 2010, S. 394). In der schon bei Hypothese 1 erwähnten Studie von Foreit u.a. wurde 1980 zudem festgestellt, dass bei Frauen mehr private Details bezüglich Aussehen, Alter, Familienstand und Kindern mitgeteilt werden und dass bei 64 % der Frauen vermerkt wurde, ob sie verheiratet seien - jedoch nur bei 12% der Männer (Schmerl, 2002, S. 390-391). Außerdem wird bei weiblichen Hauptakteurinnen dreimal so häufig (17%) der Familienstatuts (Mutter/Vater; Tochter/Sohn; Ehefrau/Ehemann etc.) erwähnt wie bei Männern (5%) (Gallagher nach Wolf, 2008, S. 66-67). So war zum Beispiel auch Merkels Kinderlosigkeit etwas, das öfter thematisiert wurde, als das von Schröder adoptierte Kind (Koch & Holtz-Bacha, 2008, S. 62).

Die Zahlen des GMMP in Abbildung 3 zeigen, dass auch im Jahr 2015 noch immer mehr über den Familienstand von Frauen berichtet wird, als über jenen der Männer.

Table 31: News subjects identified by family status, by sex, 2000-2015.

Whether identified by family status	2000	2005	2010	2015
Female	21%	17%	18%	19%
Male	4%	5%	5%	5%

Abbildung 3: Top 5 Familienstand angegeben bei Frauen und Männern 2015

(Quelle: Macharia, 2015, S. 44)

In der Untersuchung von Leinfellner waren Frauen entweder berufstätig *oder* verheiratet (Leinfellner, 1983, S. 22). Zudem kam Tuchman 1978 zu dem Ergebnis, dass alleinstehende und berufstätige Frauen eher negativ dargestellt wurden (Klaus, 2005, S. 215). Weiderer erkannte außerdem, dass im Fernsehen dargestellte Frauen oftmals ein „eingeschränkteres Berufsspektrum“ haben (Weiderer, 1993, S. 43).

Die US Senatorin Mikulski bringt gut auf den Punkt, was Frauen alles „falsch“ machen können:

Nie war es richtig. Wenn du verheiratet warst, dann hast du ihn vernachlässigt. Wenn du verwitwet warst, dann hast du ihn umgebracht. Wenn du geschieden warst, dann hast du ihn nicht halten können. Und wenn du ledig warst, dann konntest du gar keinen Mann abkriegen. (Lawrence, 2002 nach Pantti, 2007, S. 39).

8.7 Hypothese 6

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann entsprechen die erwähnten Persönlichkeitsmerkmale gängigen stereotyp-femininen Eigenschaften.

8.7.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable *V13a*: Erwähnte Eigenschaften

Ausprägungen: Keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft, Stereotyp-maskuline Eigenschaften, Stereotyp-feminine Eigenschaften, Gleich viele stereotyp-maskuline *und* stereotyp-feminine Eigenschaften

8.7.2 Operationalisierung für Hypothese 6

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: Ob eine erwähnte Eigenschaft als stereotyp-feminin oder stereotyp-maskulin codiert werden soll, ist anhand der Aufstellung in Abbildung 4 zu beurteilen:

Stereotype maskuline Eigenschaften	
• anmaßend • abenteuerlustig¹ • aggressiv¹ • aktiv • dominant¹ • egoistisch • ehrgeizig • einfallsreich • emotionslos • entschlossen • erfinderisch • ergreift die Initiative • ernsthaft • faul • fortschrittlich • grausam • grob • hartherzig • klar denkend • kräftig¹ • kühn¹ • laut	• logisch denkend • maskulin¹ • mutig • opportunistisch • rational • realistisch • robust¹ • selbstbewusst • selbstherrlich¹ • stark¹ • streng • stur • tatkräftig • unabhängig¹ • überheblich • unbekümmert • unerschütterlich • unnachgiebig¹ • unordentlich • unternehmungslustig¹ • weise
Stereotype feminine Eigenschaften	
• abergläubisch • abhängig • affektiert • attraktiv • charmant • einfühlsam¹ • emotional • feminin¹ • furchtsam • gefühlvoll¹	• geschwätzig • liebevoll¹ • milde • neugierig • schwach • sanft • sexy • träumerisch¹ • unterwürfig¹ • weichherzig

¹ Diese Eigenschaften wurden übereinstimmend in allen (25) oder fast allen (24) Nationen als typisch männlich bzw. weiblich bezeichnet.

Abbildung 4: Weibliche und männliche Attribute im internationalen Vergleich

(Quelle: Athenstaedt & Alfermann, 2011, S. 17 nach William & Best, 1990, S. 77)

Williams und Best führten zu verschiedenen Zeitpunkten Befragungen in 25 Ländern durch, die herausfinden sollten „[...] inwieweit bestimmte Attribute mit Männern oder Frauen assoziiert werden.“ (Kinnebrock et al., 2012, S. 92).

Das Ergebnis war, dass es länderübergreifende stereotype Vorstellungen von Weiblichkeit und Männlichkeit gibt. Typisch weibliche Eigenschaften sind neben jenen die in Abbildung 4 genannt werden noch: Sentimentalität, Herzlichkeit und Sensibilität. Emotionalität wurde beispielsweise „in 23 von 25 Ländern mit Frauen assoziiert“ (Magin & Stark, 2010, S. 386 und Kinnebrock et al., 2012, S. 92).

Magin & Stark fanden weiters heraus, „[...] dass die explizite Nennung von Attributen [...] eher selten ist. Entsprechende Zuschreibungen ergaben sich vielmehr häufig nur aus dem Zusammenhang (z. B. dem Verhalten der Person).“ Daher empfiehlt es sich, die Attributsdefinition im Codebuch recht weit zu fassen (Magin & Stark, 2010, S. 397-398).

Wichtig ist, hinzuzufügen, dass bei einem Mann auch stereotyp weibliche Eigenschaften codiert werden können und umgekehrt.

8.7.3 Theoriebegründung

Geschlechterstereotype sind „[...] traditionelle Annahmen darüber, wie Frauen und Männer sind, welche Eigenschaften sie haben und wie sie sich verhalten. Medien leisten ihren Beitrag zur (Re-)Produktion der bestehenden Geschlechterverhältnisse unter anderem durch die Verstärkung von stereotypen Geschlechterbildern.“ (Klaus nach Pallaver, & Lengauer, 2008, S. 105).

Frauen „sind“ danach verständnisvoll und emotional, Männer „sind“ dominant und zielstrebig“ (Eckes, 2010, S. 178). Politikerinnen werden beispielsweise in den Medien oft als schwach dargestellt (O’Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 301). Auch Weiderers Resultate gingen in diese Richtung, demnach waren die Männer dominant und die Frauen ordneten sich unter (Klaus, 2005, S. 233).

Magin und Stark fanden hingegen zu stereotypen männlichen und weiblichen Eigenschaftszuschreibungen ambivalente Ergebnisse: nämlich ebenso Belege für stereotype Zuschreibungen als auch solche für deren Auflösung (Lünenborg & Röser, 2012, S. 15). Dieses Bild bestätigen auch Maier & Lünenborg in ihren Untersuchungen 2012.

Oft wird bei der Berichterstattung über Frauen auch auf Klischees zurückgegriffen (Schmerl, 2002). So fanden Küchenhoff u.a. etwa nur „zwei stereotype Rollen – die der Mutter und Hausfrau einerseits und die der jungen, attraktiven Frau andererseits“ (Röser & Wischermann, 2010, S. 738).

Zentral ist in diesem Zusammenhang auch die - abhängig vom Geschlecht - unterschiedliche Deutung derselben Handlung. Ein weinender Mann gilt als stark, eine weinende Frau ist hingegen schwach: „Maskuline Emotionalität gilt als eine allgemeine menschliche Qualität, während die Emotionalität der Frauen [...] noch immer stigmatisiert wird.“ (Pantti, 2007, S. 31).

Dieser Unterschied zeigt sich auch bei PolitikerInnen. Denn WählerInnen reagieren zu- meist positiv auf PolitikerInnen bei denen die Berichterstattung die traditionell männliche Eigenschaft Aggression betont, statt „weibliche“ Wärme und Einfühlungsvermögen und Nettigkeit (Pantti, 2007, S. 23). Die Strategie des „harten Argumentierens“ kann jedoch für Frauen auch fehlschlagen, dann wird zwar über die Frauen berichtet, aber negativ (Pantti, 2007, S. 45). Es ist also ein Dilemma.

Und sicherlich sind Kabarettistinnen ebenfalls dem sogenannten *double bind* ausgesetzt, bei dem von ihnen erwartet wird, den Idealen der Weiblichkeit zu entsprechen und gleichzeitig der männlichen Kabarettisten-Norm, was natürlich nicht möglich ist. (O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 296). Es gibt einen vermeintlichen Konflikt zwischen Frau-Sein und Lustig- beziehungsweise Verrückt-Sein, weil dieses lange Zeit als unangemessenes Verhalten für Frauen galt. Sie waren lange als passive Zuschauerinnen und wurden als unlustig oder zumindest als weniger lustig als Männer konstruiert (Bore, 2010, S. 139, 143, 144, 152 und Lawson & Lutzky, 2016, S. 143).

Die sozialen Erwartungen an Kabarettistinnen sind auch heute noch anders, sie werden kritischer betrachtet. Den männlichen Humor sind wir gewohnt, weshalb er vielleicht eher zum Erfolg führt (Mills & Ralph, 2015, S. 103, 106).

8.8 Hypothese 7

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann wird ihr Aussehen öfter und genauer beschrieben als bei ihren männlichen Kollegen.

8.8.1 Variablen & Ausprägungen

Unabhängige Variable V8: Geschlecht HauptakteurIn

Ausprägungen: Weibliche Hauptakteurin, Männlicher Hauptakteur

Abhängige Variable VI4a: Beschreibung Aussehen

Ausprägungen: Aussehen nicht beschrieben, Aussehen einmal kurz beschrieben, Aussehen besonders herausgearbeitet

8.8.2 Operationalisierung für Hypothese 7

Unabhängige Variable: Siehe unabhängige Variable bei Hypothese 1.

Abhängige Variable: Das Aussehen kann als erwähnt codiert werden, wenn eines der folgenden Dinge erwähnt wird (angepasst von Westle & Bieber, 2009, S. 173 und Prinz, 2010, S. 160):

- Figur, Statur (z.B.: mollig, groß, klein aber oho)
- Styling (Haare/Frisur/Bart/Schminke)
- Kleidung/Mode/Schmuck/Accessoires und andere modische Aspekte
- Mimik/Gestik
- Bewertung des Aussehens/der Attraktivität (z.B.: fescche Wienerin, gut aussehender Herr)
- Sonstiges (alle anderen Beschreibungen des Aussehens)

Außerdem soll die betroffenen Äußerung notiert werden. Wird das Äußere der/des KabarettistIn in keiner Form beschrieben, muss *Aussehen nicht beschrieben* codiert werden.

8.8.3 Theoriebegründung

„Acht Prozent der Artikel, die Merkel erwähnen, thematisieren auch ihre äußere Erscheinung. Schröders Aussehen war für die Journalisten nicht ganz so berichtenswert und fand nur in vier Prozent der Berichte über Schröder Beachtung.“ (Koch & Holtz-Bacha, 2008, S. 63).

Dieser Sachverhalt ist sinnbildlich für die Berichterstattung über die Geschlechter und ihr Äußeres. So fanden sich bei Schmerl 2002 bei 38 % der Berichte über weibliche Hauptfiguren eine Beschreibung des Äußeren - jedoch nur bei 14 % der Berichte über Männer (S.

390). Frisuren, Körper, Alter, Kleidung und andere modische Aspekte „[...] scheinen bei Frauen viel erwähnenswerter.“ (Schmerl, 2002, S. 409 und O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 295, 297-298).

Ebenso werden „die Körper von Sportlerinnen [...] unter ästhetischen Gesichtspunkten bewertet.“ Dies zeigen Formulierungen wie „knackige Figur“ und „Tennis-Beauty“ aber auch die bevorzugten Fotomotive, die oft stark erotisieren. Allzu oft werden Sportlerinnen somit auf ihr Aussehen reduziert (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 234 und Pfister, 2015, S. 639).

Politikerinnen werden oft wie Celebrities in Szene gesetzt, im Abendkleid abgebildet und ihre Attraktivität wird abgehandelt. Bei Männern wird hingegen eher auf ihre (politischen) Standpunkte eingegangen (O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 295, 297-298). Viele Studien haben gezeigt, dass Frauen es vor allem als „eye candy“, als Opfer oder als Frau/Tochter/Freundin eines nachrichtenswürdigen Mannes in die Medien schaffen (Ross & Carter, 2011, S. 1155).

Wie schon bei Hypothese 5 ausgeführt, kann diese Fokussierung auf das Private / das Äußere dazu führen, „[...] dass die Leistungen von Frauen unterbelichtet werden, dass ihre Arbeit trivialisiert wird und dass sie auf das Aussehen reduziert werden.“ Wobei hierbei noch erwähnt sei, dass auch das Aussehen der Männer zunehmend wichtiger wird (Rosenberger, 2008, S. 93-94).

9 Methode und Untersuchungsdesign

9.1 Methode: Inhaltsanalyse

Mit der Inhaltsanalyse kann der Inhalt von Zeitungsartikeln untersucht werden, auch auf besondere formale sowie inhaltliche Merkmale hin. Sie ist systematisch angelegt und die Vorgehensweise ist klar strukturiert. Dadurch können große Textmengen untersucht werden. Das Material muss konsequent immer gleichbleibend untersucht werden. Es ist zudem wichtig, dass die Forschung ausreichend dokumentiert wird, damit sie jederzeit von anderen Forschenden wiederholt werden kann (Pfannes, 2004, S. 41).

Da sich die vorliegende Untersuchung mit der Darstellung von KabarettistInnen in Printmedien beschäftigt, ist die „Inhaltsanalyse eine geeignete Methode, um empirisch zu prüfen, [...] ob geschlechtsspezifische Unterschiede in der Berichterstattung vorhanden sind.“ (Pfannes, 2004, S. 42). Wie bei Rulofs 2003 sollen nach Mayering qualitative und quantitative Schritte in Phasen in die Inhaltsanalyse integriert werden (S. 63). Die Variable *V6 Wortanzahl* ist beispielsweise quantitativ, während bei den Variablen zum Privatleben, Eigenschaften und zum Aussehen qualitative und quantitative Elemente verknüpft werden. Es wird also nicht nur untersucht, was erwähnt wird, sondern auch wie oft.

9.2 Untersuchte Medien, Untersuchungszeitraum und Umfang Material

Zu Beginn ist anzumerken, dass in den vorhandenen Studien - die meisten untersuchten die Darstellung von PolitikerInnen und SportlerInnen in der Berichterstattung - die Operationalisierung oft sehr stiefmütterlich behandelt und nur wenig umfangreich ausgeführt wurde.

Nichtsdestotrotz wurden im Rahmen dieser Arbeit per Inhaltsanalyse die Berichterstattung über KabarettistInnen in den österreichischen Magazinen *Die ganze Woche*, *News*, *TV Media* und *Woman* untersucht. Es handelt sich also um eine Vollerhebung der betroffenen Zeitschriften bei der der Untersuchungszeitraum das gesamte Jahr 2017 umfasst.

Bezüglich der Mediengattung ist anzumerken, dass hier zum Kauf angebotene (also keine gratis Medien), überregionale, österreichische Magazine ausgewählt wurden, die wöchentlich beziehungsweise 14-tägig erscheinen. Von den in dieser Gattung angebotenen Medien wurden die auflagenstärksten nach der Auflagenliste für das 1. Halbjahr 2017 der Österreichischen Auflagenkontrolle gewählt.

Die verbreiteten Auflagen der vier Magazine betragen: *Die ganze Woche* 302.413, *TV Media* 183.040, *News* 122.385 und *Woman* 156.715 Exemplare. (Auflagenliste für das 1. Halbjahr 2017, 2017, S. 40).

Es wird hiermit klargestellt, dass durch diese Auswahl Verallgemeinerungen auf die gesamte Medienlandschaft Österreichs nicht oder nur beschränkt möglich sind.

Aus forschungsökonomischen Gründen wurden jedoch keine Tageszeitungen in die Analyse mit einbezogen. Denn dies wäre aufgrund der großen Menge der Artikel allein in der auflagenstärksten Zeitung sowohl zeitlich als auch ressourcentechnisch zu aufwendig und im Rahmen dieser Masterarbeit nicht realisierbar gewesen. Die ausgewählten Magazine eignen sich jedoch aus zwei Gründen hervorragend für die Untersuchung der Berichterstattung über KabarettistInnen.

Erstens aufgrund ihrer unterhaltungsorientierten Ausrichtung und zweitens aufgrund der Art der Beiträge: längere Reportagen, Porträts, Geschichten und Interviews. Des Weiteren können so auch Unterschiede zwischen den Untersuchungsergebnissen der Frauenzeitschrift *Woman* und den anderen Magazinen beleuchtet werden.

Außerdem sind alle veröffentlichten Artikel von *Die ganze Woche*, *News*, *TV Media* und *Woman* im APA Onlinemanager zugänglich. Der APA Onlinemanager wurde also aus wirtschaftlich-pragmatischen und organisatorischen Gründen gewählt, da durch ihn schon vor längerer Zeit veröffentlichte Zeitungsartikel besser zugänglich sind, als beispielsweise Fernseh- oder Radiobeiträge.

Vom APA Online Manager wurden automatisch jene Artikel vorausgewählt, die die Stichworte Kabarettist und Kabarettistin enthalten. In den ausgewählten Medien im Zeitraum vom 01.01.2017 bis zum 31.12.2017 ergab sich so eine Grundgesamtheit von 330 Artikeln.

9.3 Aufgreifkriterien

Analyseeinheit war wie bei Schmerl prinzipiell ein Artikel (Schmerl, 2002, S. 393). Es wurde die Berichterstattung über KabarettistInnen untersucht also redaktionelle Artikel aus allen Ressorts in denen das Wort Kabarettist oder Kabarettistin vorkam.

Dabei wurden nur jene Artikel untersucht, die eine ‚personenorientierte Darstellung‘, also beschreibende Aussagen und Sätze bezüglich eines Menschen enthielten. Dazu musste es

kein Porträt sein, sondern der Artikel konnte auch ein Sachthema haben (Billings & Eastman, 2002, S. 357 und Maier & Lünenborg, 2012, S. 73).

„Entscheidend ist, dass der Beitrag nicht rein das Ereignis fokussiert, sondern (auch) die Person selbst, ihr Auftreten oder ihre individuellen Fähigkeiten zum Gegenstand der Berichterstattung werden.“ (Maier & Lünenborg, 2012, S. 73). Demnach waren beispielsweise Artikel mit folgenden Inhalten für die Untersuchung nicht relevant: Veranstaltungsankündigungen, kurze Ankündigungen des Fernsehprogramms, allgemeine Berichterstattung über Kabarettfestivals, reine Inhaltsangaben von Filmen oder Kabarettprogrammen oder ähnliches. Auch wenn nur kurz erwähnt wird, dass ein/e KabarettistIn in einer Talkshow zu Gast ist, wird dies nicht untersucht. Ebenso wenig sind die abgedruckten Fotos Teil der Analyse.

Da in machen Artikeln sowohl das Wort Kabarettist als auch das Wort Kabarettistin vorkam, waren sie dann doppelt im Datensatz vorhanden - diese identen Artikel wurden aber logischerweise nur einmal codiert, um das Ergebnis nicht zu verfälschen. Wurde ein Artikel mit *0 Nicht relevant* codiert, endete die Analyse nach *V5* und die restlichen Felder dürfen frei bleiben.

„Im Fall von reinen Frauen- oder Männer-Berichten entspricht die Analyseeinheit einem Artikel, im Fall von gemischten Berichten wird der Bericht in zwei Analyseeinheiten (Texteinheiten) aufgeteilt.“ (Rulofs, 2003, S. 67). Wie bei Rulofs wurden also Artikel, die sowohl Informationen über Kabarettistinnen als auch über Kabarettisten enthielten, erst einmal mit *3 Beides/kollektive Akteure* codiert. Dann wurde die Codierung von *V8* wiederholt, weil nur mit *1 Männlicher Hauptakteur* oder *2 Weibliche Hauptakteurin* weitergearbeitet werden konnte. Pro Artikel konnten maximal drei HauptakteurInnen festgelegt werden. Dies sollten jene zwei sein, auf welche sich der größte anteilige Prozentsatz der Wörter eines Artikels bezog.

Hilfreich bei der Bestimmung, ob ein Artikel untersucht werden soll, sind die Fragen von Eagleman, die angepasst an die Bedürfnisse dieser Arbeit lauten: (1) Liegt der Fokus des Artikels hauptsächlich auf einer/einem KabarettistIn? (2) Kam der Artikel in der Stichprobe schon einmal vor? (Eagleman, 2015, S. 238).

9.4 Erstellung Kategoriensystem und Codebuch

Kategorienschema und Codebuch befinden sich im Anhang dieser Arbeit. Beide wurden unter Einbeziehung des aktuellen Forschungsstandes erstellt und nach dem Pretest entsprechend adaptiert. Leider wurde in den bisherigen Untersuchungen oft ein Analysebogen verwendet und kein Codebuch oder die verwendeten Untersuchungsinstrumente waren nicht angehängt, was die Erstellung erschwerte.

Das Kategoriensystem legt fest, was genau untersucht werden soll und muss daher valide und reliabel sein. Es muss also gemessen werden, was gemessen werden soll und bei einer Wiederholung der Untersuchung muss zum gleichen Ergebnis gekommen werden (Pfannes, 2004, S. 42).

Durch das Codebuch werden die einzelnen Kategorien spezifiziert, indem Ausprägungen und genaue Anweisungen beziehungsweise gegebenenfalls Ankerbeispiele angegeben werden, damit die Untersuchung möglichst nachvollziehbar ist. Jede Variable erhält einen Zahlencode für die empirische Messung.

Das Codebuch dieser Forschungsarbeit ist folgendermaßen aufgebaut: Im ersten Teil werden die formalen Codiereinheiten wie die laufende Nummer des Artikels, das Medium, das Erscheinungsdatum und der Titel des Artikels erfasst. Außerdem die Seite, die Wortanzahl und die Relevanz.

Danach folgten die inhaltlichen Codiereinheiten, die bereits unter der Operationalisierung der einzelnen Hypothesen erläutert wurden. Die Variablen 1 bis 6 sind formale Codiereinheiten, die inhaltlichen Codiereinheiten folgen mit den Variablen 8 bis 15. Im Codebuch gibt es auch zwei offene Variablen nämlich *V14b Zitat Äußerung Aussehen* und *V13b Zitat der erwähnten Eigenschaften*.

9.5 Pretest

Nach dem Entwurf des Codebuchs und des Kategorienschemas erfolgte der Pretest mit einem Teil des Untersuchungsmaterials, nämlich den ersten 30 Artikeln aus dem Jahr 2017 der Zeitschrift *TV-Media*. In der Folge kam es zu folgenden Änderungen:

Bei den zu codierenden Themen wurde das Thema *Unterhaltung* herausgenommen, weil dieses sonst bei jeder Erwähnung des Themas Kabarett codiert werden hätten müssen. Zudem wurde aufgrund der häufigen Erwähnungen die Notwendigkeit erkannt, folgende

weitere Variablen dem Codebuch hinzuzufügen: *V10v Religion*, *V10w Medien und V10x Prominente*. Außerdem wurden den Variablen *V10a* bis *V10x* und *V12b* bis *V12g* Ankerbeispiele hinzugefügt.

Es stellte sich heraus, dass im Bezug auf das Privatleben der KabarettistInnen oft nur das Alter genannt wurde. Um dahingehend eine Unterscheidung treffen zu können, erschien es als sinnvoll, nicht mehr nur *0 Privatleben nicht erwähnt* und *1 Privatleben wird erwähnt* zu codieren, sondern auch zu spezifizieren, was darüber hinaus in den Artikeln angesprochen wurde, wie *Familie*, *Familienstand*, *Liebe/Partnerschaft*, *FreundInnen* oder *Freizeit/Urlaub/Hobbies*.

Zusätzlich sollte nun auch unterschieden werden, ob das Privatleben nur kurz erwähnt wurde. Dies war dann der Fall, wenn maximal drei private Themen genannt wurden. Oder ob es besonders herausgearbeitet wurde, nämlich wenn es mehr als drei private Themen waren oder der Fokus des Artikels überhaupt ein rein privates Thema war. So können mit der durchgeführten Inhaltsanalyse quantitative und qualitative Aspekte optimal miteinander verknüpft werden.

Weiters wurden die Variablen *V13b Zitat der erwähnten Eigenschaften* und *V14b Zitat Äußerung Aussehen* ergänzt, um auch den genauen Wortlaut der Äußerungen über Eigenschaften und Aussehen im Bedarfsfall unkompliziert wiederfinden und wiedergeben zu können.

Im Laufe des Pretests wurde festgestellt, dass es interessant sein könnte, ob der / die Kabarettistin etwas - zum Beispiel in Bezug auf Privatleben oder Charaktereigenschaften - selber im Rahmen eines Interviews geäußert hatte, oder ob er/sie vom Journalist/von der Journalistin so dargestellt wurde. So kam es zur Hinzufügung der Variable *V15 Interview*. Hier soll codiert werden, ob es sich um ein Interview handelt oder ob der/die Kabarettistin in einer anderen Form direkt zu Wort kommt also wörtlich zitiert wird.

9.6 Codierung und verwendete statistische Verfahren

Die Codierung der Artikel erfolgte ausschließlich durch die Verfasserin der Arbeit. Zuerst wurde der Artikel einmal vollständig gelesen und auf seine Relevanz und die anderen formalen Kategorien hin geprüft. Dann folgten die inhaltlichen Codiereinheiten. Der Ergebnisse der Codierung wurden zuerst in eine Microsoft Excel Datei eingetragen. Die statistische Auswertung erfolgte dann jedoch mittels der Statistik- und Analyse-Software

IBM SPSS Statistics 25. Somit mussten die Daten zunächst einmal von Excel in SPSS importiert werden.

Bevor mit der Auswertung begonnen werden konnte, mussten die Daten bereinigt werden. Dazu wurde in alle leeren Zellen die Zahl 999 geschrieben und diese dann als fehlend definiert. Ansonsten würden die nicht relevanten Artikel in die Mittelwertanalyse mit einbezogen werden und so die Ergebnisse verfälschen.

Als nächstes wurde das Skalenniveau (nominal, ordinal, metrisch) überprüft und gegebenenfalls angepasst. Dann wurden die Ausprägungen der Variablen in der Variablenansicht unter Werte gelabelt (beispielsweise *1 Die ganze Woche*, *2 News*, *3 TV Media* und *4 Woman*), damit Berechnungen besser durchgeführt werden können, beziehungsweise die Auswertung besser lesbar ist.

Da es sich um eine Vollerhebung handelt, sind keine Verfahren notwendig, um von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit (Population) zu schließen. (Rulofs, 2003, S. 69).

Der Datensatz enthält zwar nominalskalierte und metrische Variablen, jedoch sind die nominalen klar in der Mehrheit. Zur deskriptiven Auswertung der Daten wurden Kreuzbeziehungsweise Häufigkeitstabellen erstellt und Mittelwertvergleiche durchgeführt.

Hypothese 1 konnte anhand einer Häufigkeitsanalyse beantwortet werden. Bei Hypothese 2 war die unabhängige Variable nominal (Geschlecht) und die abhängige Variable metrisch (Länge der Berichte über KabarettistInnen), daher wurde zur Auswertung eine Varianzanalyse (T-Test) gewählt.

Bei den Hypothesen 3 bis 7 war die unabhängige Variable wieder nominal (Geschlecht), aber diesmal waren auch alle abhängigen Variablen nominal. So mussten Kreuztabellen gerechnet werden. Durch den χ^2 -Test wurden die Nullhypothesen statistisch geprüft.

Da das Interesse dieser Arbeit sowohl auf den signifikanten Unterschieden zwischen Männern und Frauen für jede Kategorie im Gesamten liegt, als auch darauf, welche Subkategorien zu dieser Signifikanz beigetragen haben, wurden als Post-hoc Test korrigierte standardisierte Residueen berichtet (Prieler & Centeno, 2013, S. 280).

Ein wichtiges Kriterium für jede Untersuchung ist die Validität. Sie besagt, ob ich mit den aufgestellten Kategorien das messe, was ich messen will. Sie wird in diesem Fall durch

die präzise Formulierung / Erstellung des Kategorienschemas sowie die sorgfältige Operationalisierung gewährleistet (Früh, 2011, S. 120).

Ein zweites wichtiges Kriterium ist die Verlässlichkeit, auch Reliabilität genannt. Sie ist umso besser je besser mein Ergebnis reproduzierbar ist. Das bedeutet, dass jemand anderer mit dem selben Analysematerial und Kategoriensystem zu den selben Ergebnissen kommt (Früh, 2011, S. 120).

Um eine gute Reliabilität zu gewährleisten, wird normalerweise Cronbachs Alpha berechnet. Dies macht aber für nominale Variablen keinen Sinn. Daher wurde ein Pretest mit den ersten 30 Artikeln der Zeitschrift *TV-Media* durchgeführt und dasselbe Material zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal codiert. Zudem wurden alle durchgeführten Vorgänge und Berechnungen transparent beschrieben.

10 Auswertung, Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

Die vollständige SPSS Auswertung aller hier angeführten Ergebnisse befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

10.1 Allgemeine Ergebnisse

10.1.1 Erfahrungen von Kabarettistinnen mit den Medien

Auf eine von der Autorin per Email versendete Befragung, antworteten die Kabarettistin Nadja Maleh und Monica Weinzettl. Da die folgenden Fragen für kein anderes Auswertungskapitel wirklich passend waren, aber in keinem Fall verloren gehen sollen, werden sie hier kurz erwähnt. Der vollständige Mailverkehr befindet sich im Anhang der Arbeit.

Die Frage *Welche persönlichen Erfahrungen mit Interviews oder der Berichterstattung der Medien haben Sie gemacht? Welche Fragen sind Ihnen vielleicht positiv oder negativ in Erinnerung geblieben?* beantwortete Monica Weinzettl wie folgt:

Ui, das sprengt jetzt den Rahmen. Zusammenfassend kann ich sagen, dass man Erfahrungen sammeln muss und sicherlich viel Lehrgeld zahlt. Erst im Laufe der Zeit kommt man drauf, wer wirklich an dir und deiner Arbeit interessiert ist und wer bloß eine plumpe Schlagzeile braucht. Leider nimmt mit Gratiszeitungen das Niveau drastisch ab. Umso mehr stechen dann Journalisten hervor, die ihre Arbeit gelernt haben, etwas weitergeben wollen und an einem MITEinander interessiert sind. (Persönliche Kommunikation per Email, 01.02.2018).

Nadja Maleh hatte hingegen eine positive Erinnerung an die Frage: „Wie viel Abgründe oder Pruhaha braucht es im Kabarett?“ (Persönliche Kommunikation per Email, 29.01.2018).

10.1.2 Überblick Untersuchungsmaterial

Vor der Beantwortung der Hypothesen und Forschungsfragen soll hier ein allgemeiner Überblick über das Untersuchungsmaterial und die formalen Aspekte der Berichterstattung gegeben werden.

Die Analyse umfasste insgesamt 330 Artikel, davon wurden 75 als relevant und 255 als nicht relevant eingestuft. Aufgrund der Tatsache, dass manche Artikel mehrere HauptakteurInnen hatten, ergaben sich so 97 Analyseeinheiten.

Von den 330 Artikeln stammten 12,2 % (n = 47) aus *Woman*, 13,5 % (n = 52) aus *Die ganze Woche*, 25,3 % (n = 97) aus *News* und 49,0 % (n = 188) aus *TV Media*.

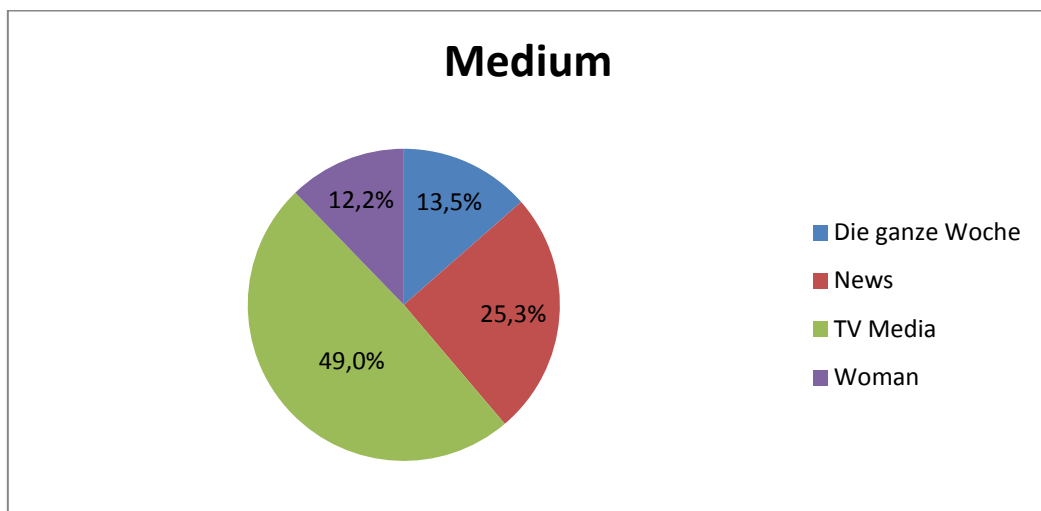


Abbildung 5: Medien aus denen die Artikel stammen

Prozentual stammten die meisten relevanten Artikel aus *Woman* 68,1 % (n = 32), danach folgt *Die ganze Woche* mit 51,9 % (n = 27), *News* mit 45,4 % (n = 44) und *TV Media* mit 13,8 % (n = 26). Insgesamt war also der Großteil der zu untersuchenden Artikel aus *TV Media*, der Anteil der relevanten Artikel war jedoch bei *TV Media* am kleinsten. Die meisten relevanten Artikel stammten aus dem Magazin *News* (n = 44).

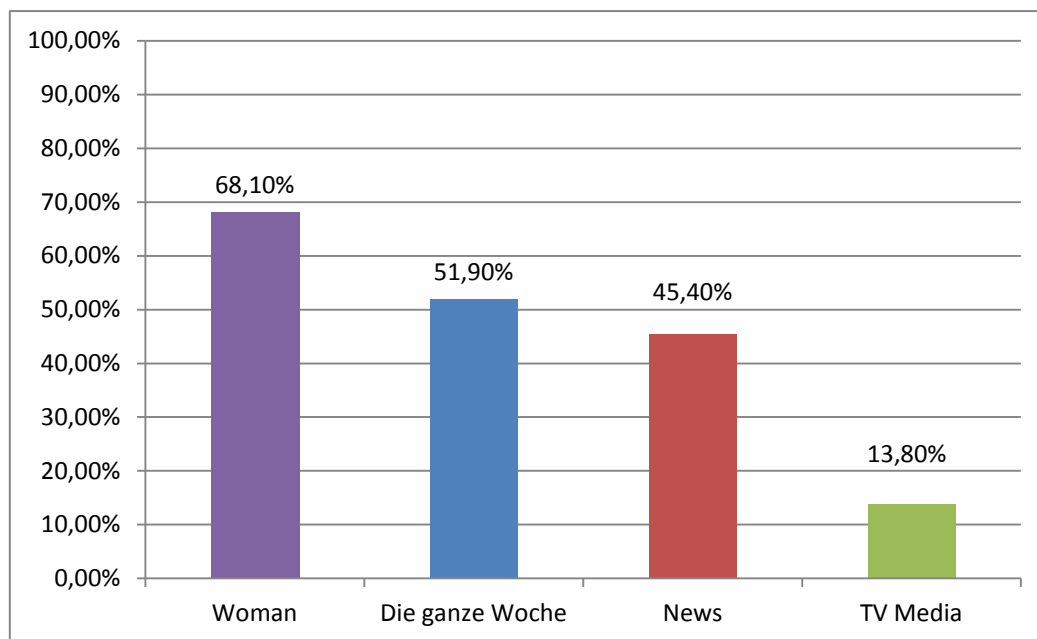


Abbildung 6: Prozentsatz relevante Artikel sortiert nach Medien

Im Schnitt waren die Artikel 1.119,89 Worte lang (SD = 620,94). Der längste Artikel war 2.508,00 Worte lang und der kürzeste 48,00. Im Durchschnitt waren die längsten Artikel im Magazin *News* zu finden (M = 1.369,57, SD = 639,71) und die kürzesten in *TV Media* (M = 738,65, SD = 282,53). *Woman* (M = 1.338,72, SD = 598,42) und *Die ganze Woche* (M = 820,78, SD = 561,18) belegten die Plätze 2 und 3.

Der Anteil der Interviews lag bei 44,3 % (n = 43), 38,1 % (n = 37) der HauptakteurInnen wurden wörtlich zitiert und 17,5 % (n = 17) kamen gar nicht persönlich zu Wort.

Kommen wir nun zur Überprüfung der Hypothesen dieser komparativen Analyse der Darstellung von KabarettistInnen in den oben genannten österreichischen Printmedien.

10.2 Hypothese 1

10.2.1 Auswertung

Es wird mehr über männliche Kabarettisten berichtet als über weibliche.

Zur Beantwortung dieser Hypothese wurde eine Häufigkeitsanalyse mit der Variable V8 *Geschlecht HauptakteurIn* durchgeführt. Mittels einem χ^2 Goodness of Fit Test wurde berechnet, ob sich die Häufigkeiten signifikant voneinander unterscheiden.

Im ersten Schritt wurde bei allen Artikeln, bei denen es nötig war, *Kollektive HauptakteurInnen* codiert, die dann erst in der Folge in *männlich* und *weiblich* eingeteilt wurden.

Dies war bei 32 Artikeln der Fall. Von den 97 final untersuchten Artikeln waren schließlich 27,8 % (n = 27) der HauptakteurInnen weiblich und 72,2 % (n = 70) männlich.

Die Prüfgröße χ^2 hat 2 Freiheitsgrade. Der Wert χ^2 liegt bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 5,99. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 25,72 größer als 5,99 ist, sind die Unterschiede signifikant. **Das bedeutet, dass die Hypothese 1 bestätigt werden kann.**

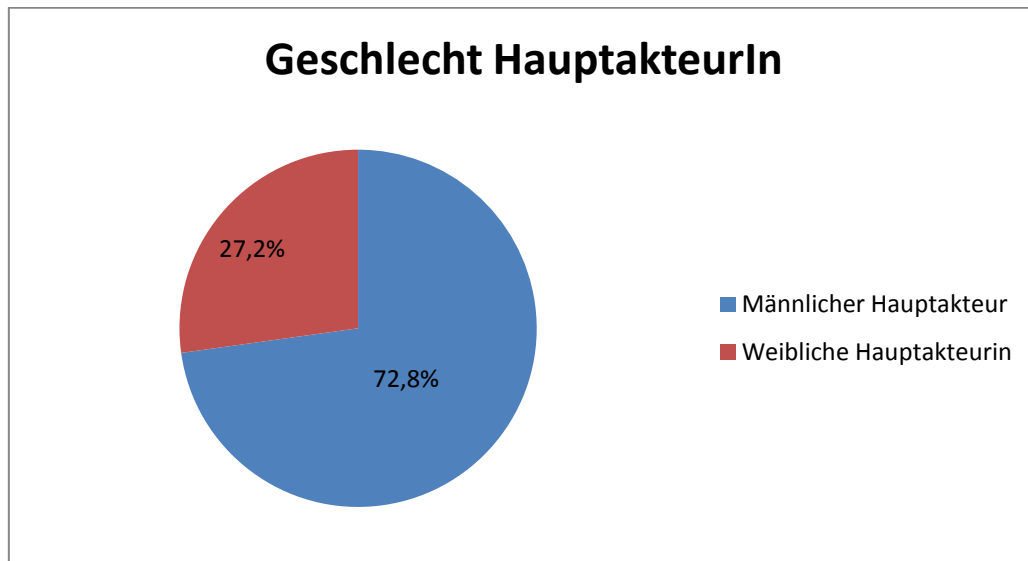


Abbildung 7: Verteilung Geschlecht HauptakteurIn allgemein

Wissenswert ist zudem der Frauenanteil in der Kabarettberichterstattung sortiert nach Medien. Dieser lag in *Die ganze Woche* und *Woman* bei 36,4 % (n = 8), in *TV Media* bei 25,0 % (n = 5) und in *News* bei 18,2 % (n = 6).

Interessant ist hierbei natürlich auch, welche HauptakteurInnen überhaupt am häufigsten vorkamen. Dies wurde mit der Variable *V9 Name HauptakteurIn* erfasst. Hierbei konnte festgestellt werden, dass der Kabarettistin Verena Scheitz die meisten, nämlich 5 Artikel gewidmet waren. Josef Hader, Monica Weinzettl, Monika Gruber und Viktor Gernot kamen jeweils in 4 Artikeln vor. Hier ist das Männer-, Frauenverhältnis noch ausgeglichen. Bei jenen 9 beziehungsweise 12 HauptakteurInnen, um die sich nur mehr 3 beziehungsweise 2 Artikel drehten, war jedoch jeweils nur mehr eine Frau dabei. Die restlichen 25 KabarettistInnen (25,8 %) kamen nur mehr einmal vor. Hiervon waren 28 % (n = 7) der KabarettistInnen weiblich.

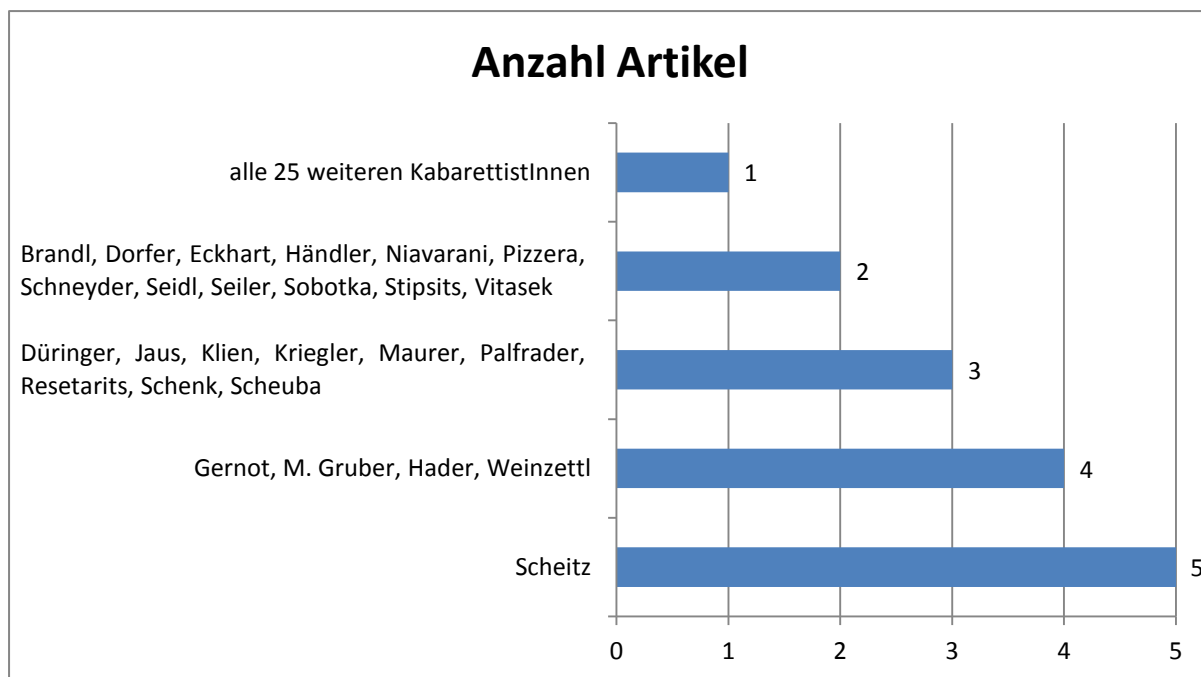


Abbildung 8: Anzahl Artikel nach Name HauptakteurIn

Achtung: Da die Verteilung zwischen den Geschlechtern nicht ausgewogen ist, sondern die Kabarettistinnen unterrepräsentiert sind, wird in der Folge von einem direkten Vergleich der absoluten Zahlenwerte abgesehen. Stattdessen soll das prozentuelle Verhältnis zwischen HauptakteurInnen und Hauptakteuren verglichen werden.

10.2.2 Erläuterung und Interpretation

Da die Medien die Verhältnisse in der Gesamtgesellschaft möglichst gut widerspiegeln sollten, wird nun das Verhältnis der untersuchten Berichterstattung mit dem realen quantitativen Verhältnis von Kabarettistinnen zu Kabarettisten verglichen.

In den untersuchten Artikeln über die Kabarettberichterstattung waren 27,8 % der HauptakteurInnen weiblich. Wie schon angeführt, lag der Anteil der auf Wikipedia erwähnten weiblichen Kabarettistinnen in Österreich bei 26 % (Kategorie: Kabarettist (Österreich), 2018). Es könnte also argumentiert werden, dass das tatsächliche Geschlechterverhältnis im österreichischen Kabarett von den Medien gut widergegeben wird. Dabei muss allerdings beachtet werden, dass die auf Wikipedia genannten Zahlen die Realität wahrscheinlich auch nicht zu 100 % korrekt abbilden. Jedoch waren sie die einzig verfügbaren.

Zudem ist anzumerken, dass der Frauenanteil in *Die ganze Woche* und *Woman* mit 36,4 % deutlich über dem Durchschnitt lag. Dies ist wahrscheinlich für die Frauenzeitschrift wenig überraschend. Und auch bei Medien, die im Boulevard zuhause sind - wie *Die gan-*

ze Woche -wurde schon wissenschaftlich belegt, dass sie häufiger über Frauen berichten (Magin & Stark, 2010, S. 393).

Zu dem von Röser genannten „Nachrichtenfaktor Geschlecht“ (Holtz-Bacha, 2007, S. 12) kommt aber mit Sicherheit noch der Faktor *Erfolg/Prominenz* hinzu. Und es spielt natürlich auch eine Rolle, ob ein/e KabarettistIn gerade ein neues Programm, einen Film (Josef Hader) herausbringt, an Dancing Stars teilnimmt (Monica Weinzettl, 2017) oder die Sendung gar gewinnt (Verena Scheitz, 2016). Die ja dann auch jene Kabarettistin war, über die insgesamt am meisten berichtet wurde und über die allein 3 Artikel in *Die ganze Woche* erschienen. In zumindest einem Artikel geht es um die Absetzung der von ihr jahrelang moderierten ORF-Sendung *heute leben*.

Zusammenfassend heißt das nun folgendes:

Wie in den Bereichen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Sport, haben Frauen auch im Kabarett eine „geringere Medienpräsenz“ als Männer (Rulofs, 2003, S. 18-19).

Die Frauenquote in der Kabarettberichterstattung im Jahr 2017 lag jedoch mit 27,8 % relativ nahe bei schon bekannten Ergebnissen: Weiderer, 1993: ca. 27 %, GMMP klassische Medien, 2015: 24 % und GMMP Internet, 2015: 26 % (Weiderer, 1993, S. 308-310 und Macharia, 2015, S. 8). Und in jedem Fall war der Frauenanteil in der Kabarettberichterstattung mit 27,8 % deutlich besser als jener in der tagesaktuellen Sportberichterstattung (15 %) (Rulofs & Hartmann-Tews, 2006, S. 232).

Bezüglich der aufgestellten Hypothese gilt also: Ja, es wird in den untersuchten Zeitschriften mehr über männliche KabarettistInnen berichtet als über weibliche - jedoch in einem Verhältnis, dass die Realität relativ gut abbildet.

10.3 Hypothese 2

10.3.1 Auswertung

Wenn ein Mann der Hauptakteur eines Artikels ist, dann ist der Artikel im Durchschnitt länger als wenn eine Frau die Hauptakteurin ist.

Zur Erinnerung: Im Schnitt waren die Artikel 1.119,89 Worte lang (SD = 620,94). Der längste Artikel war 2.508,00 Worte lang und der kürzeste 48,00.

Bei Hypothese 2 war die unabhängige Variable nominal (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*) und die abhängige Variable metrisch (*V6 Wortanzahl*), daher wurde zur Auswertung eine Varianzanalyse gewählt. Genauer gesagt wurde ein T-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt, um einen Mittelwertvergleich zu machen und herauszufinden, ob und inwiefern sich die Mittelwerte der beiden Gruppen unterscheiden.

Die Tabelle, die man dadurch erhielt, zeigte die durchschnittliche Länge der Artikel sowie die Standardabweichung. Wie schon bekannt, waren 70 HauptakteurInnen männlich und 27 weiblich. Im Durchschnitt waren Artikel mit einem männlichen Hauptakteur mit 1168,70 Worten ($SD = 637,96$) länger als Artikel mit einer weiblichen Hauptakteurin ($M = 1037,76$, $SD = 579,02$). Der Unterschied zwischen den beiden Mittelwerten war jedoch nicht signifikant, $t(95) = -0,93$; $p > 0,05$. Abgesehen davon konnte ein schwacher Effekt ($r = 0,10$) festgestellt werden.

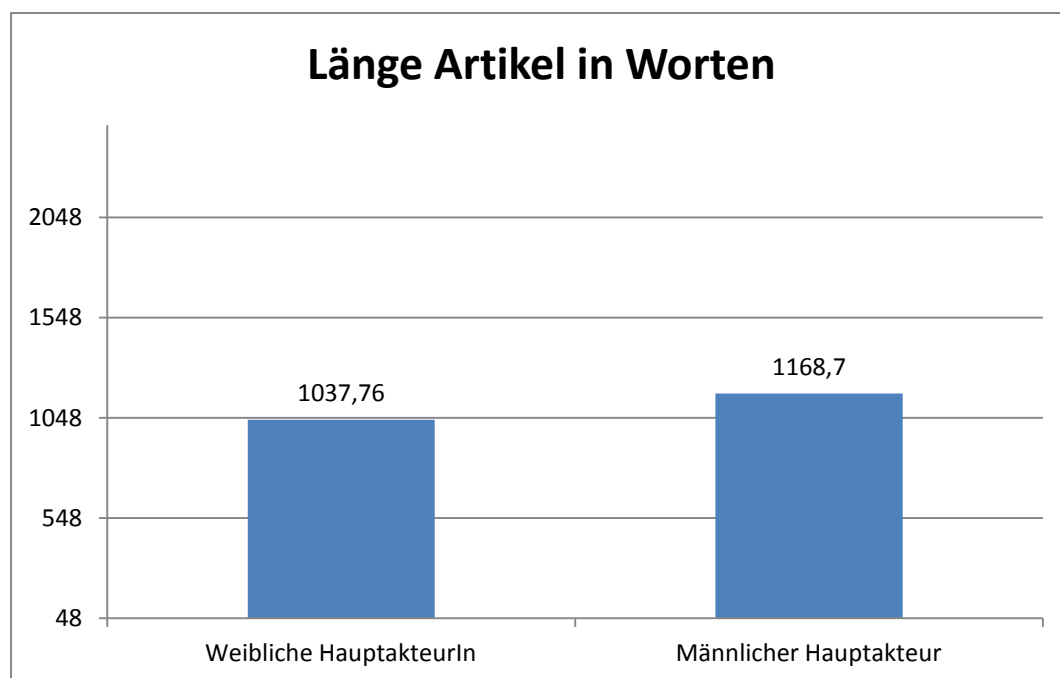


Abbildung 9: Durchschnittliche Wortanzahl der Artikel nach Geschlecht

Das heißt also, die Hypothese 2, dass Artikel mit männlichen Hauptakteuren länger sind, muss verworfen werden, weil der Unterschied nicht signifikant war. Ein Post-hoc Test muss hier nicht durchgeführt werden, weil es nur zwei Gruppen gibt.

10.3.2 Erläuterung und Interpretation

Klar ist, dass ein längerer Beitrag zumeist mehr Informationen liefert und auffälliger ist. Allerdings ist es wiederum fraglich, ob er immer bis zum Ende gelesen wird. Manche Menschen lesen beispielsweise vielleicht sogar lieber kürzere Artikel.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig zu erwähnen, dass es 32 Artikel gab, in denen mehrere HauptakteurInnen vorkamen. Es kann also nicht automatisch davon ausgegangen werden, dass sich in einem Text immer nur alles um den/die HauptakteurIn dreht. Es wurde jedoch aus forschungsökonomischen Gründen nicht erhoben, wie viele Wörter eines Textes sich *nicht* mit dem/der HauptakteurIn beschäftigten.

Die Artikel mit männlichen Hauptakteuren war zwar länger, da der Unterschied zwischen Männern und Frauen in dieser Untersuchung nicht signifikant war, können die Ergebnisse bisheriger Untersuchungen nicht bestätigt werden.

10.4 Hypothese 3

10.4.1 Auswertung

Wenn eine Frau die Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird in diesem Artikel mehr über frauenspezifische Themen berichtet als bei einem Hauptakteur.

Zuallererst soll hier ein kurzer Überblick über die erwähnten Themen gegeben werden. In Abbildung 10 ist zu sehen, über welche Themen mit den KabarettistInnen am häufigsten gesprochen wurde - beziehungsweise welche Themen am häufigsten im Zusammenhang mit den KabarettistInnen erwähnt wurden. Alle anderen Themen (*Finanzen, Religion, Umwelt, Technik, Prominente, Bildung, Wissenschaft, Verbrechen und Verbraucherfragen*) wurden unter zehnmal genannt.

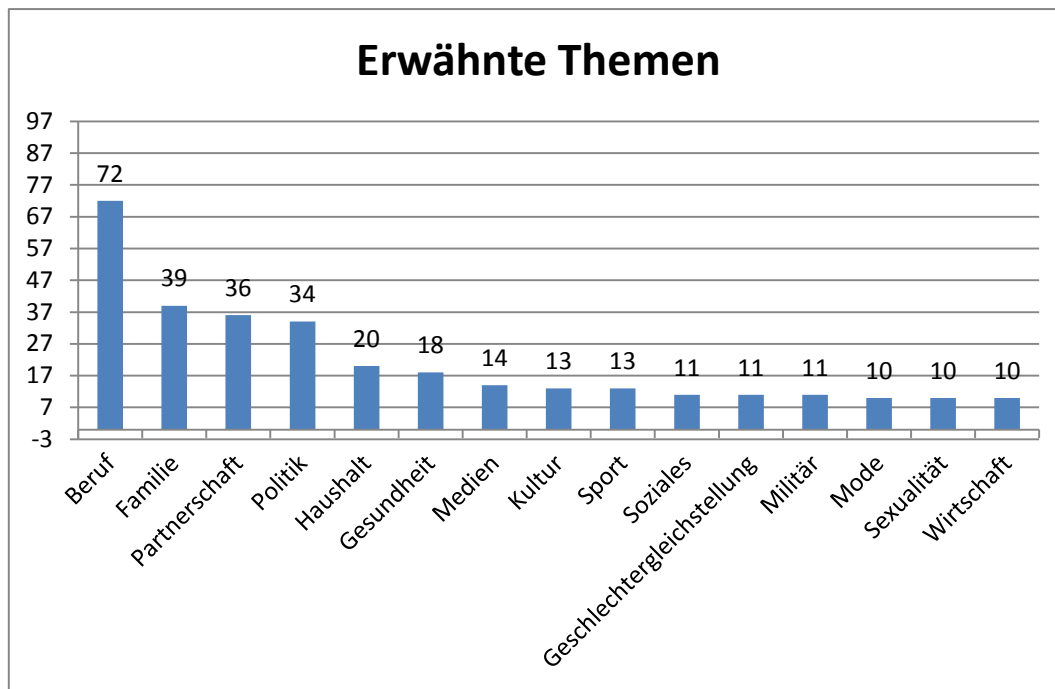


Abbildung 10: Häufigkeit erwähnte Themen allgemein

Welche Themen als frauen- beziehungsweise männerspezifisch galten, kann unter Operationalisierung für Hypothese 3 oder im Codebuch nachgelesen werden.

Unabhängig vom Geschlecht des/der HauptakteurIn wurden in den meisten Artikeln *mehr frauenspezifische Themen* besprochen (42,3 %, n = 41). Bei 29,9 % (n = 29) der Artikel waren es *mehr männerspezifische Themen*, bei 24,7 % (n = 24) der Artikel *gleichviel männer- und frauenspezifische Themen* und *kein männer- oder frauenspezifisches Thema* wurde insgesamt nur bei 3,1 % (n = 3) aller Artikel angesprochen.

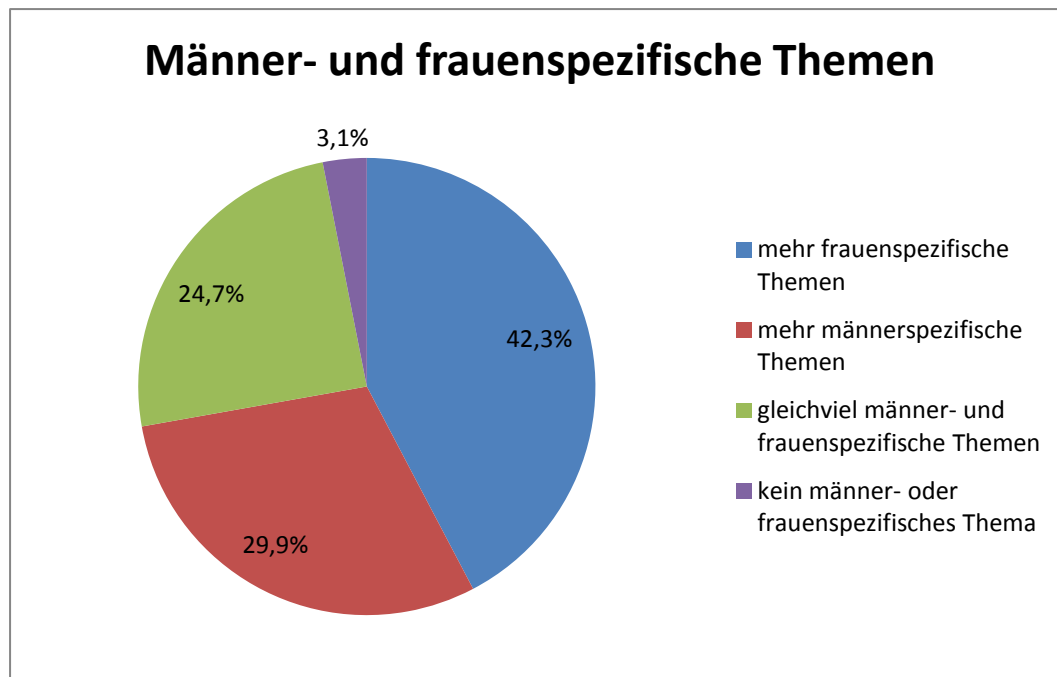


Abbildung 11: Verteilung männer- und frauenspezifische Themen allgemein

Auch bei der Hypothese 3 war die unabhängige Variable nominal (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*), jedoch war diesmal die abhängige Variable ebenfalls nominal (*V10y Männer- und frauenspezifische Themen*). Daher wurde eine Kreuztabelle gerechnet.

Aus der Kreuztabelle kann herausgelesen werden, dass wenn Frauen die Hauptakteurinnen waren, prozentual mehr frauenspezifische Themen besprochen wurden (66,7 %, n = 18), während wenn Männer die Hauptakteure waren, mehr über männerspezifische Themen gesprochen wurde (37,1 %, n = 26). Nur bei 3 Artikeln in denen die Hauptakteurin weiblich war, wurden mehr männerspezifische Themen besprochen. Jedoch wurden bei 23 Artikeln, bei denen ein Mann Hauptakteur war, mehr frauenspezifische Themen besprochen. Hier besteht anzahlmäßig kein großer Unterschied zu den weiblichen Hauptakteurinnen bei denen dies der Fall war (zur Erinnerung n = 18).

Die Prüfgröße χ^2 hat 3 Freiheitsgrade. Der Wert χ^2 liegt bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 7,82. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 13,43 größer als 7,82 ist, sind die Unterschiede bezüglich der erwähnten Themen signifikant. **Das heißt, es gibt einen statistischen Unterschied zwischen den männlichen und weiblichen HauptakteurInnen, die Hypothese 3 kann also bestätigt werden.** Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,37 auf einen mittleren Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den erwähnten Themen hin.

Die korrigierten Residuen weisen bei *kein männer- oder frauenspezifisches Thema* und bei *gleichviel männer- und frauenspezifische Themen* mit einem Wert von $\pm 1,5$ und $\pm 1,4$ auf keine statistisch signifikanten Unterschiede hin.

Wie schon oben erwähnt, stehen jedoch die Kategorien *mehr frauenspezifische Themen* und *mehr männerspezifische Themen* klar in Zusammenhang mit einem Geschlecht. So wurden *mehr frauenspezifische Themen* mit Frauen (66,7 %; ASR = $\pm 3,0$) besprochen und *mehr männerspezifische Themen* mit Männern (37,1 %, ASR = $\pm 2,5$).

Aufgrund der Theorie wurden außerdem Kreuztabellen für die Themen *Sport*, *Politik*, *Wirtschaft* und *Familie* erstellt. Ebenso für das Thema *Beruf*, das am häufigsten erwähnt wurde. Im folgenden werden davon nur jene Themen erwähnt, die signifikant waren.

Beim Thema *Beruf* hat die Prüfgröße χ^2 1 Freiheitsgrad. Der Wert χ^2 liegt bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 3,84. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 9,79 größer als 3,84 ist, sind die Unterschiede signifikant. Das heißt, es macht einen Unterschied, ob mit einer Kabarettistin oder einem Kabarettist gesprochen wurde. Und zwar wurde mit 82,8 % der Männer ($n = 58$) über ihren Beruf gesprochen, jedoch nur mit 51,9 % der Frauen ($n = 14$). Auch die korrigierten Residuen weisen mit einem Wert von $\pm 3,1$ auf statistisch signifikante Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,32 auf einen mittleren Zusammenhang hin.

Das Thema *Politik* hat wieder 1 Freiheitsgrad. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 16,15 größer als 3,84 ist, sind die Unterschiede signifikant. So wurde mit 47,1 % der Männer ($n = 33$) über *Politik* gesprochen, jedoch nur mit 3,7 % der Frauen ($n = 1$). Auch die korrigierten Residuen weisen mit einem Wert von $\pm 4,0$ auf statistisch signifikante Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,41 auf einen mittleren Zusammenhang hin.

Auch das Thema *Wirtschaft* hat 1 Freiheitsgrad. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 4,30 größer als 3,84 ist, sind die Unterschiede signifikant. Und zwar wurde mit 14,3 % der Männer ($n = 10$) über *Wirtschaft* gesprochen, jedoch mit keiner Frau. Auch die korrigierten Residuen weisen mit einem Wert von $\pm 2,1$ auf statistisch signifikante Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,21 jedoch auf einen schwachen Zusammenhang hin.

10.4.2 Erläuterung und Interpretation

Dass das Thema *Beruf* am häufigsten genannt wurde, ist prinzipiell positiv zu bewerten, da es wahrscheinlich zu den Zielen eines jeden Kabarettisten/einer jeden Kabarettistin zählt, mit den Medien über seinen/ihren Beruf zu sprechen. Trotzdem wurde eben mit 30,9 % mehr Kabarettisten über ihren Beruf gesprochen als mit Kabarettistinnen.

Neben *Beruf* und *Politik* waren 3 der Top 5 der besprochenen Themen, frauenspezifische Themen: *Familie*, *Partnerschaft*, *Haushalt*. (Das Thema *Haushalt* wurde beispielsweise codiert, wenn erwähnt wurde, mit wem die / der KabarettistIn wohnt oder wenn über Haushaltstätigkeiten, Essen oder Hausbau geredet wurde.) Trotzdem war es interessant zu sehen, dass unabhängig vom Geschlecht des Hauptakteurs / der Hauptakteurin am meisten *frauenspezifische Themen* besprochen wurden, nämlich 42,3 %.

Trotzdem beeinflusst das Geschlecht, worüber gesprochen wird: mit Kabarettistinnen mehr über Frauenthemen und mit Kabarettisten mehr über Männerthemen. Diese Arbeit kann bestätigen, was schon bisherige Studien herausfanden, dass es eine „stereotype Themenzuordnung gibt“ und eine „geschlechtsspezifische Aufteilung in Soft und Hard News“ (Pallaver, & Lengauer, 2008, S. 120 und O'Neill, Savigny & Cann, 2016, S. 302).

Die Presseanalyse von Röser aus dem Jahr 2006 hat gezeigt, dass Frauen vor allem in den Themenfeldern *Wirtschaft*, *Politik* und *Sport* benachteiligt wurden (Holtz-Bacha, 2007, S. 11). *Familie* war jenes Thema, bei dem Frauen laut dem GMMP 2015 am zweithäufigsten vorkam (Macharia, 2015, S. 34).

Die Unterschiede für die Themen *Sport* und *Familie* waren zwar in dieser Untersuchung nicht signifikant. Über *Wirtschaft*, *Politik* und *Beruf* wurde jedoch mit Kabarettisten mehr gesprochen als mit Kabarettistinnen. Dabei muss aber auch beachtet werden, dass der Interviewanteil bei 44,3 % lag. Das heißt die KabarettistInnen konnten durchaus auch selbst Themen ansprechen, so lag die Themenauswahl nicht allein beim / bei der JournalistIn.

10.5 Hypothese 4

10.5.1 Auswertung

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann wird das Frau-Sein öfter thematisiert, als bei Kabarettisten das Mann-Sein.

Unabhängig vom Geschlecht des/der HauptakteurIn wurde am häufigsten das *Frau- oder Mann-Sein* gar nicht erwähnt (83,5 %, n = 81).

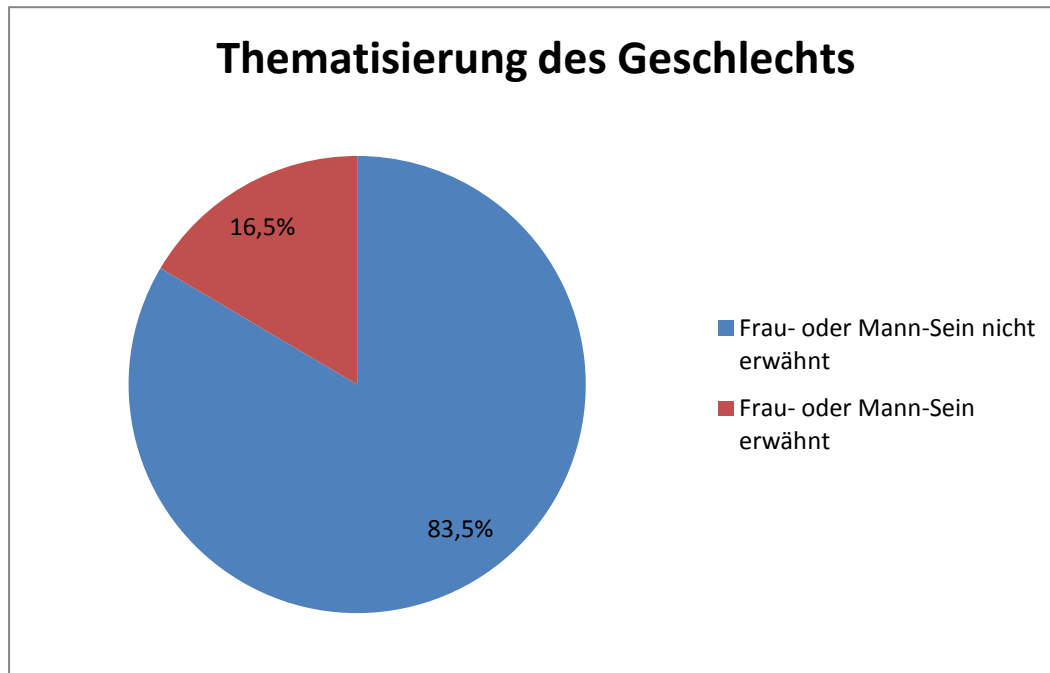


Abbildung 12: Thematisierung des Geschlechts allgemein

Auch bei der Hypothese 4 waren die unabhängige Variable (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*) und die abhängige Variable nominal (*V11 Erwähnung Frau-Sein/Mann-Sein*). Daher wurde wieder eine Kreuztabelle gerechnet.

Die Kreuztabelle stimmt mit dem geschlechtsunabhängigen Ergebnis überein. Sie zeigt, dass sowohl bei männlichen Hauptakteuren, als auch bei weiblichen Hauptakteurinnen das *Frau- oder Mann-Sein* häufiger nicht erwähnt wurde (Männer: 88,6 %, n = 62; Frauen: 70,4 %, n = 19), als es erwähnt wurde. Andererseits sind es sowohl bei den Männern, als auch bei den Frauen 8 HauptakteurInnen bei denen das *Frau- beziehungsweise Mann-Sein* erwähnt wird (Männer: 11,4 %, Frauen: 29,6 %). Was insbesondere deshalb interessant ist, weil es insgesamt 70 Hauptakteure gab, aber nur 27 Hauptakteurinnen. Das bedeutet, dass bei den meisten HauptakteurInnen das Geschlecht gar nicht thematisiert wurde, der prozentuale Anteil von KabarettistInnen bei denen es thematisiert wurde, war bei den Hauptakteurinnen jedoch höher als bei den Hauptakteuren.

Die Prüfgröße χ^2 hat 1 Freiheitsgrad. Aus der χ^2 -Tabelle kann herausgelesen werden, dass der Wert χ^2 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 3,84 liegt. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 4,69 größer als 3,84 ist, sind die Unterschiede signifikant. **Das heißt**

es gibt einen statistischen Unterschied und die Hypothese 4 ist bestätigt. Auch die korrigierten Residuen weisen mit Werten von $\pm 2,2$ auf statistisch signifikante Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,22 allerdings auf einen schwachen Zusammenhang hin.

10.5.2 Erläuterung und Interpretation

Wie wir schon bei Hypothese 3 gesehen haben, beeinflusst das Geschlecht worüber gesprochen wird. So wurde *Frau- oder Mann-Sein erwähnt* oft auch bei Interviews mit einem Mann und einer Frau codiert, wie beim echten Paar Monica Weinzettl und Gerold Rudle oder beim „Bühnenpaar“ Monika Gruber und Viktor Gernot. Bei solchen Interviews wird natürlich auch oft über vermeintliche Unterschiede zwischen Mann und Frau gewitzelt (Codierte Artikel: 240ab, 80ab und 246ab).

Zur Erinnerung: das Geschlecht wurde dann als thematisiert codiert, wenn: “explizit auf das Faktum des Frau- oder Mann-Seins Bezug genommen wird, auf die Bedeutung des Geschlechts für“ die Arbeit als KabarettistIn „sowie auf [...] Fragen der Geschlechtergleichberechtigung und –gleichstellung“ (Westle & Bieber, 2009, S. 183).

Die im Theorieteil erwähnten Erfahrungen von Hazel Brugger „Du bist aber sehr lustig - für eine Frau“, Lisa Politt: „Was machen Sie als Frau im Kabarett?“ sowie die von der Autorin durchgeführte Emailbefragung mit der österreichischen Kabarettistin Nadja Maleh schienen in eine ganz bestimmte Richtung zu zeigen (Brugger, 2016, S. 25 und Politt, 1995, S. 151). So lautete eine Frage, die der Kabarettistin Nadja Maleh negativ in Erinnerung geblieben ist: „Sind Frauen weniger lustig als Männer? (Schnarch!)“ (Persönliche Kommunikation per Email, 29.01.2018).

Und auf die Frage, ob sie den Eindruck habe, dass Kabarettistinnen und Kabarettisten bei Interviews unterschiedliche Dinge gefragt werden, antworte sie:

Nein. Beide werden leider immer noch gefragt, warum es so wenige weibliche Kabarettistinnen gibt. Anhand dieser leidigen Frage erkennt man das leidige Ungleichgewicht in der Branche! Aber ich bin optimistisch [...] die Gleichstellung wird in ca. 100 Jahren Realität, das ist ja quasi fast schon bald :) (Kommunikation per Email, 29.01.2018).

Im Rahmen dieser Untersuchung konnten solche oder ähnliche Fragestellungen bezüglich der Arbeit oder dem Humor als Frau in der männlich dominierten Kabarettszene jedoch nicht gefunden werden. Kabarettistinnen wurden also eigentlich nicht als “other” von der männlichen Norm inszeniert und ihre Geschlechterzugehörigkeit wurde nur selten besonders betont.

Sehr wohl wurde aber über die *Geschlechtergleichstellung* gesprochen. In unserem Fall wurde sie in insgesamt 11 Artikeln erwähnt (11,34 %). Davon 5 mal in *News*, 4 mal in *Woman* und 2 mal in *TV-Media*. Allerdings waren die Unterschiede zwischen den Medien genauso wenig signifikant wie jene zwischen Männern und Frauen.

Auch Fragen bezüglich der Vereinbarkeit von Kindern und dem Beruf als KabarettistIn wurden öfter gestellt. Beispielsweise fragte *Die ganze Woche* Katharina Straßer: „Wie schaffen Sie es, Kind und Karriere unter einen Hut zu bringen?“ und unterstellte: „Sie werden dann ja generell wenig Zeit mit Ihrer Familie verbringen [...]“ (Codierter Artikel: 301).

Solche Fragen wurden aber auch männlichen Kabarettisten gestellt. So wollte *News* von Joachim Brandl wissen: „Sie sind Vater von zwei Kindern. Was ist schwieriger: Kabarett oder Familie?“ (Codierter Artikel: 184). Und *Woman* erkundigte sich bei Gery Seidl: „Wie kompatibel ist Ihr Anti-Alltag mit dem Familienleben?“ (Codierter Artikel: 278).

Im Sinne der Gleichbehandlung ist dies ein positives Ergebnis, da berufstätigen KabarettistInnen egal welchen Geschlechts sehr ähnliche Fragen gestellt wurden. Und auch Monica Weinzettl beantwortet die Frage, ob Sie den Eindruck habe, dass Kabarettistinnen und Kabarettisten bei Interviews unterschiedliche Dinge gefragt werden per Email so: „Ich stelle wohl eher eine Ausnahme dar, da meine Interviews hauptsächlich mit meinem Mann gemeinsam stattfinden, da wir ja auch gemeinsam auftreten. Daher werden uns eher dieselben Fragen gestellt.“ (Persönliche Kommunikation per Email, 01.02.2018).

10.6 Hypothese 5

10.6.1 Auswertung

Wenn eine Frau die Hauptakteurin des Artikels ist, dann wird in diesem Artikel mehr über ihr Privatleben gesprochen als wenn ein Mann der Hauptakteur ist.

Zu Beginn soll hier ein kurzer Überblick über die erwähnten Themen aus dem Bereich Privatleben gegeben werden. In Abbildung 10 sieht man, welche Themen am häufigsten vorkommen. Es ist zu sehen, dass das *Alter* mit Abstand am häufigsten genannt wird (n = 79). Die Themen *Freunde* und *Sonstiges* wurden nur 3- beziehungsweise 2-mal genannt.

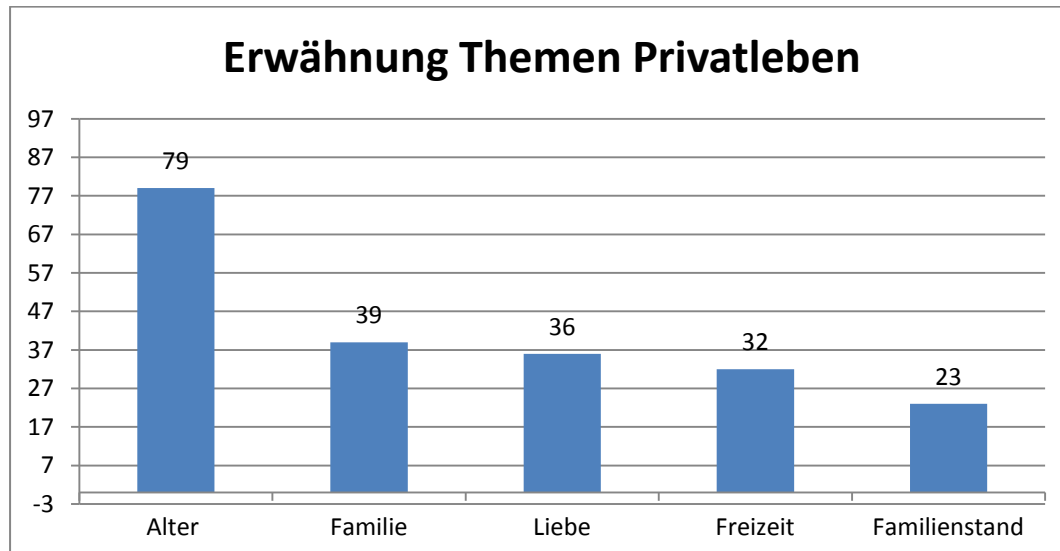


Abbildung 13: Häufigkeit erwähnte Themen Privatleben allgemein

Allgemein wurde das Privatleben beim Großteil der Artikel *kurz erwähnt* (68,0 %, n = 66). *Kurz erwähnt* wurde codiert, *wenn* maximal 3 private Themen erwähnt wurden. Wenn es mehr als 3 private Themen waren oder der gesamte Fokus des Artikels privat war, so musste *Privatleben besonders herausgearbeitet* codiert werden. Dies war bei 21,6 % der Artikel der Fall (n = 21). In 10,3 % der Fälle wurde das *Privatleben nicht erwähnt* (n = 10).

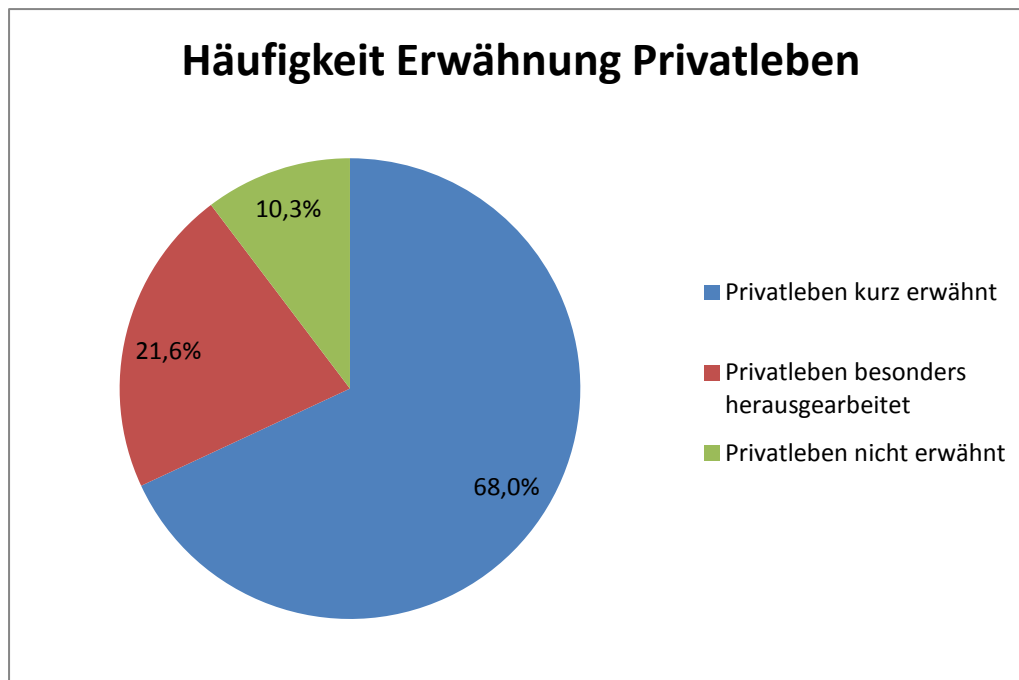


Abbildung 14: Häufigkeit und Intensität Erwähnung Privatleben allgemein

Auch bei der Hypothese 4 waren die unabhängige Variable (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*) und die abhängige Variable nominal (*V12h Erwähnung Privatleben*). Daher wurde wieder eine Kreuztabelle gerechnet.

Privatleben kurz erwähnt wurde bei (70,0 %, n = 49) aller Männer und bei (63,0 %, n = 17) aller Frauen codiert. *Privatleben besonders herausgearbeitet* wurde bei (17,1 %, n = 12) aller Männer und bei (33,3 %, n = 9) aller Frauen codiert. In Summe wurde also das Privatleben bei 96,3 % aller Frauen und nur bei 87,1 % aller Männer erwähnt.

Die Prüfgröße χ^2 hat 2 Freiheitsgrade. Der χ^2 -Tabelle ist zu entnehmen, dass der Wert χ^2 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 5,99 liegt. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 4,09 kleiner als 5,99 ist, sind die Unterschiede *nicht* signifikant. **Das heißt, es gibt keinen statistischen Unterschied zwischen männlichen und weiblichen HauptakteurInnen, die Hypothese 5 muss also verworfen werden.** Auch die korrigierten Residuen weisen auf keine statistisch signifikanten Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,21 auf einen schwachen Zusammenhang hin.

10.6.2 Erläuterung und Interpretation

Wie sich schon bei Hypothese 3 gezeigt hat, waren neben *Beruf* und *Politik* 3 der Top 5 der besprochenen Themen frauenspezifische Themen (*Familie*, *Partnerschaft*, *Haushalt*). Diese drei Themen sind alle auch in die Kategorie Privatleben einzuordnen.

Auch wenn es keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen gab, wurde viel über Privates gesprochen. So erzählte Christoph Grisseemann in *News* über die „Frequenz meiner Vollräusche “ und Monika Grubers Magersucht wurde in *Die ganze Woche* angeführt (Codierte Artikel: 225b und 311).

Das Alter wurde vermutlich am häufigsten genannt, weil es auch eine Möglichkeit zur Einordnung und zur Identifikation bietet, so kann man sich denken: „Ah, die ist auch 60.“ oder „Das hab ich mit 30 auch noch geglaubt.“

Bezug nehmend auf das Thema Nummer 2 *Familie* und vor allem Kinder sollen hier ein paar Textbeispiele direkt aus den Artikeln genannt werden. *Die ganze Woche* fragte etwa Katharina Straßer: „Wird Emil bald ein Geschwisterchen bekommen?“ und weiter „Bisher haben Sie nie einen Hehl daraus gemacht, mit der Familienplanung noch nicht fertig zu sein [...] “ (Codierter Artikel: 311). In derselben Zeitschrift hieß es zu Monica Weinzettl: „Bald ist Muttertag. Vermissen Sie es manchmal, keine Kinder zu haben?“ (Codierter Artikel: 306). Andrea Händler wiederum sagt in der *Woman* von sich aus: „Ich wollte nie Kinder bekommen [...] “ (Codierter Artikel: 264).

So explizit wie Frauen wurden Männer in der vorliegenden Untersuchung nicht auf ihre Familienplanung angesprochen. Jedoch erwähnt auch Alfons Haider von sich aus in *News* seine Kinderlosigkeit. Woraufhin natürlich gleich nachgefragt wird, ob dies eine bewusst Entscheidung war (Codierter Artikel: 178). Ferner gibt Florian Scheuba der *Woman* sogar ein gemeinsames Interview mit seiner Tochter Helena, bei dem allerdings auch ihre Projekte als Schauspielerin und Regisseurin Thema sind (Codierter Artikel: 275a).

Da nur in 10,3 % der Fälle wurde das *Privatleben* gar nicht erwähnt wurde, bestätigt diese Untersuchung den allgemeinen Trend zu einer personalisierten Berichterstattung. Aufgrund der mangelnden Signifikanz kann sie dagegen nicht bestätigen, dass die Berichterstattung über Frauen mehr auf Persönliches fokussiert als jene über Männer.

Viele Studien kamen zu dem Ergebnis, dass der Familienstand bei Frauen öfter erwähnt wurde als bei Männern (Schmerl, 2002, S. 390-391; Gallagher nach Wolf, 2008, S. 66-67 und Macharia, 2015, S. 44). Dies war auch das Ergebnis dieser Arbeit, obwohl die Unterschiede nicht signifikant waren.

Ebenso wenig signifikant war die häufigere Erwähnung des Privatlebens bei Hauptakteurinnen, weshalb wie bei Rulofs keine Ablenkung durch Human Interest-Themen festge-

stellt werden konnte (Rulofs, 2003, S. 35, 139-141, 164). Hierbei sind auch die Untersuchungsergebnisse im Kapitel 10.4 zum Thema Erwähnung des Berufs zu berücksichtigen.

10.7 Hypothese 6

10.7.1 Auswertung

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann entsprechen die erwähnten Persönlichkeitsmerkmale gängigen stereotyp-femininen Eigenschaften.

Zuallererst bietet die Abbildung 15: Häufigkeit erwähnter Eigenschafteneine Übersicht darüber, welche Eigenschaften am öftesten genannt wurden. Alle anderen Eigenschaften, die nicht in der Tabelle zu sehen sind, wurden nur 1 oder 2 mal codiert.

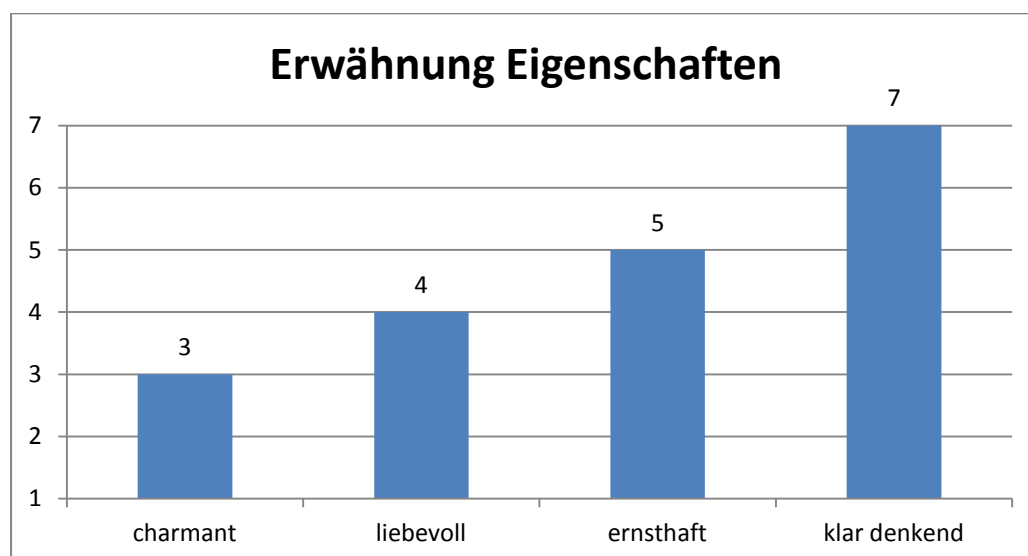


Abbildung 15: Häufigkeit erwähnter Eigenschaften

Unabhängig vom Geschlecht des/der HauptakteurIn kamen am öftesten *keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft* vor ($n = 62$). Dann folgten *mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften* ($n = 19$) und *mehr stereotyp-femininen Eigenschaften* ($n = 12$). Gleich viele *stereotyp-maskuline und stereotyp-feminine Eigenschaften* gab es nur in 4 Artikeln. Die Prozentsätze hierzu können in Abbildung 16 nachgelesen werden.

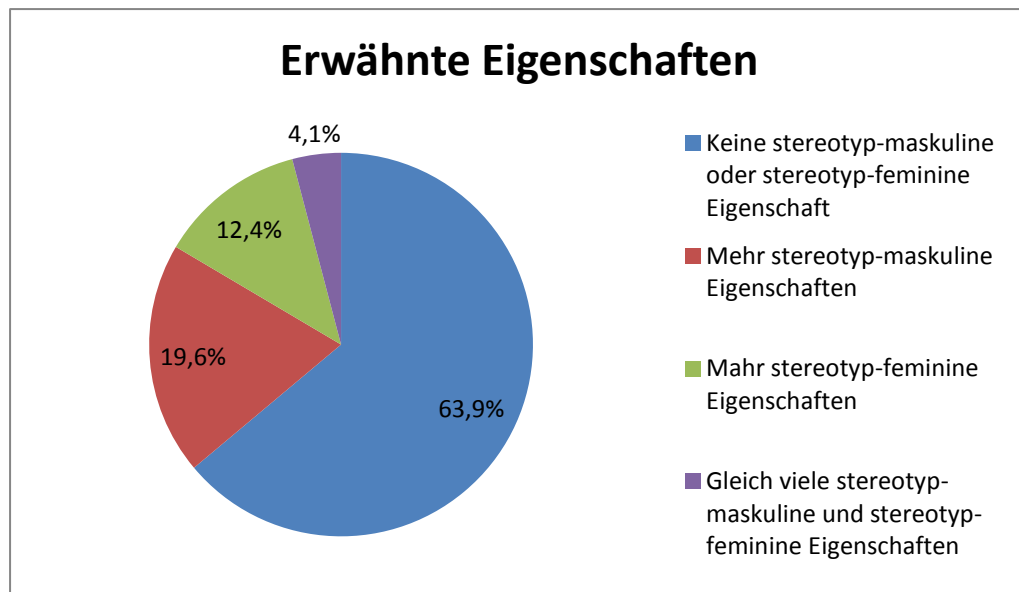


Abbildung 16: Häufigkeit und Intensität erwähnter geschlechtsstereotyper Eigenschaften allgemein

Auch bei der Hypothese 6 waren die unabhängige Variable (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*) und die abhängige Variable nominal (*V13a Erwähnte Eigenschaften*). Daher wurde wieder eine Kreuztabelle gerechnet.

Frauen werden im Allgemeinen mehr Eigenschaften zugeschrieben als Männern (Männer: 34,3 %, n = 24, Frauen: 40,7 %, n = 11). Die restlichen Ergebnisse können direkt aus der Tabelle unter Abbildung 17 abgelesen werden.

		HauptakteurIn		Gesamt
		männlich	weiblich	
Keine stereotyp-maskuline oder -feminine Eigenschaft	Anzahl	46	16	62
	%	65,7%	59,3%	63,9%
Mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften	Anzahl	15	4	19
	%	21,4%	14,8%	19,6%
Mehr stereotyp-feminine Eigenschaften	Anzahl	9	3	12
	%	12,9%	11,1%	12,4%
Gleich viele stereotyp-maskuline und stereotyp-feminine Eigenschaften	Anzahl	0	4	4
	%	0,0%	14,8%	4,1%
Gesamt	Anzahl	70	27	97
	%	100 %	100 %	100 %

Abbildung 17: Häufigkeit und Intensität erwähnte Eigenschaften nach Geschlecht

Die Hypothese 6, die besagt, dass bei Kabarettistinnen die erwähnten Persönlichkeitsmerkmale den gängigen stereotyp-femininen Eigenschaften entsprechen, ist also für die Mehrheit der untersuchten Artikel falsch. Denn bei weiblichen Hauptakteurinnen wurden öfter gar keine stereotypen Eigenschaften, mehr maskuline oder gleich viel stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaften genannt, als mehrheitlich stereotyp-femininen Eigenschaften.

Die Prüfgröße χ^2 hat 3 Freiheitsgrade. Aus der χ^2 -Tabelle ist ablesbar, dass der Wert χ^2 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 7,81 liegt. Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 10,98 größer als 7,81 ist, sind die Unterschiede signifikant. **Das bedeutet, dass es zwar einen statistischen Unterschied gibt, dennoch muss die Hypothese 6 verworfen werden, da sich durch den Mittelwertvergleich die Aussage der Hypothese als falsch erwiesen hat.** Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,34 auf einen mittleren Zusammenhang hin.

Die korrigierten Residuen weisen in den Kategorien *keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft*, *mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften* und *mehr stereotyp-femininen Eigenschaften* mit Werten von $\pm 0,6$, $\pm 0,7$ und $\pm 0,2$ auf keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern hin.

In der Kategorie *gleich viele stereotyp-maskuline und stereotyp-feminine Eigenschaften* jedoch gab es einen klaren Zusammenhang mit dem Geschlecht. Darauf wiesen die korrigierten Residuen mit einem Wert von $\pm 3,3$ hin. Gleich viele Eigenschaften wurden nämlich nur bei Kabarettistinnen codiert - allerdings nur 4 mal (vergleiche Abbildung 17).

10.7.2 Erläuterung und Interpretation

Pantti fand 2007 heraus, dass WählerInnen zumeist positiv auf PolitikerInnen reagieren, bei denen traditionell männliche Eigenschaften betont werden (Pantti, 2007, S. 23). Vielleicht trifft dies auch auf Kabarettistinnen zu, denn diese Inhaltsanalyse ergab, dass Frauen mehr stereotyp-maskuline als stereotyp-feminine Eigenschaften zugeschrieben wurden. (Allerdings waren die Unterschiede hier nicht signifikant.) Entweder werden also erfolgreiche Frauen eher mit männlichen Eigenschaften bedacht. (Dies kann leider anhand der Untersuchung nicht überprüft werden, da ja nur erfolgreiche und bekannte Kabarettistinnen untersucht wurden.) Oder weil der Beruf des Kabarettisten männlich konnotiert ist, nehmen die Kabarettistinnen männliche Verhaltensweisen an, wie in einer Untersuchung über Sportlerinnen herausgefunden werden konnte (Kleindienst-Cachay & Heckemeyer, 2006, S. 118, 119).

Die vier untersuchten Zeitschriften leisten also - wenn überhaupt - einen Beitrag dazu, dass erfolgreiche Menschen eher mit männlichen Eigenschaften beschrieben werden. Der Großteil der KabarettistInnen wurde aber gar nicht mit Adjektiven beschrieben oder zumindest nicht mit jenen, die im Rahmen dieser Untersuchung erfasst wurden.

Wie schon bei manchen anderen durchgeführten Studien wurden also zu stereotypen Eigenschaftszuschreibungen ambivalente Ergebnisse gefunden (Lünenborg & Röser, 2012, S. 15 und Maier & Lünenborg, 2012). Was aber jedenfalls nicht behauptet werden kann, ist das Kabarettistinnen in den untersuchten Artikeln auf konventionelle Geschlechterstereotypen reduziert wurden.

Leider hat sich die zur Codierung verwendete Liste der weiblichen und männlichen Attribute von William & Best als nicht ganz optimal erwiesen. Ein Problem war beispielsweise, dass sie aus dem Jahr 1990 stammte und einige Ausdrücke daher schon etwas antiquiert klangen, wie *weichherzig* und *geschwätzig*.

Eine andere Schwierigkeit stellte es dar, wenn jemand beispielsweise als *fleißig* bezeichnet wurde. Denn *faul* scheint zwar bei den *stereotyp maskulinen Eigenschaften* auf, es

kann jedoch nicht automatisch davon ausgegangen werden, dass das Gegenteil (*fleißig*) dann *stereotyp feminin* ist oder zumindest wurde dies - laut Kenntnis der Autorin - noch nicht wissenschaftlich belegt.

Damit keine Eigenschaften übersehen werden konnten, wurden die pdf-Dateien aller Zeitschriften zu guter Letzt noch mittels der Suchfunktion durchsucht. Freilich konnte hier nur nach exakt demselben Wortlaut gemäß der Liste gesucht werden, das heißt Umschreibungen könnten möglicherweise auch in diesem zweiten Schritt übersehen worden sein.

Einige Kompromisse wurden dann aber doch gemacht, so wurde *nachdenklich* als *klar denkend* gewertet und *liebenswert* als *liebevoll*. Und das Gespräch über Alfons Haiders Outing, das „vielen Menschen Mut gemacht hat“ wurde als *mutig* und somit *stereotyp maskulin* codiert (Codierter Artikel: 178).

10.8 Hypothese 7

10.8.1 Auswertung

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wird, dann wird ihr Aussehen öfter und genauer beschrieben als bei ihren männlichen Kollegen.

Unabhängig vom Geschlecht des/der HauptakteurIn wurde bei einem Großteil der Artikel das Äußere der KabarettistInnen gar nicht beschrieben (77,3 %, n = 75). In 17 Artikeln wurde das Aussehen *kurz beschrieben* und in 5 Fällen *besonders herausgearbeitet*.

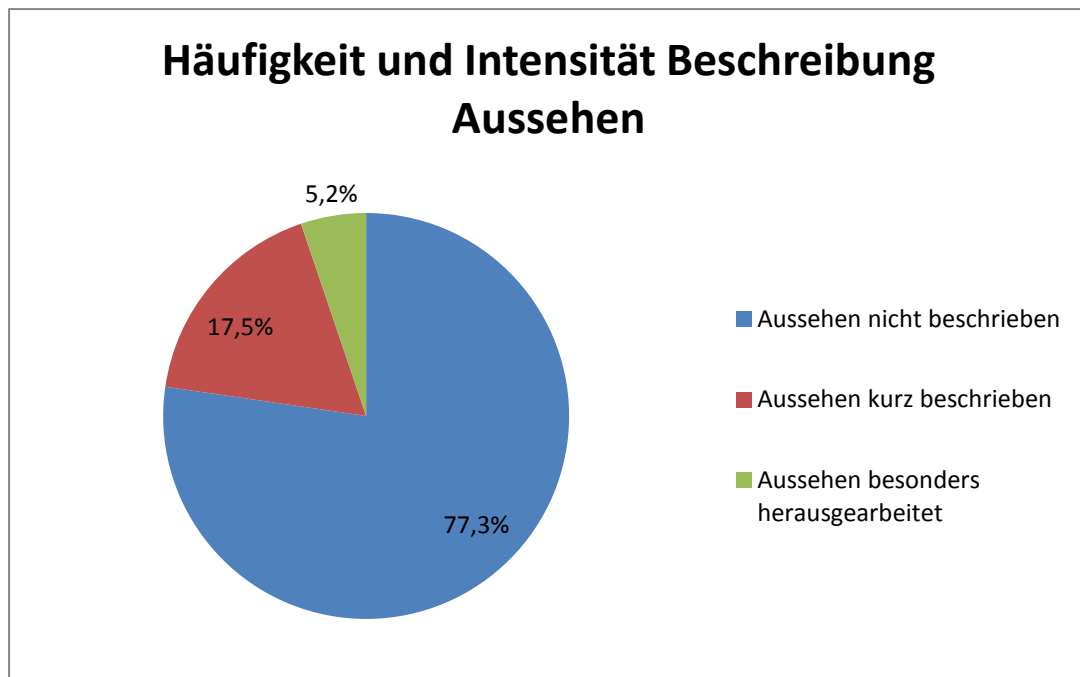


Abbildung 18: Häufigkeit und Intensität Beschreibung Aussehen allgemein

Auch bei der Hypothese 7 waren die unabhängige Variable (*V8 Geschlecht HauptakteurIn*) und die abhängige Variable nominal (*V14a Beschreibung Aussehen*). Deshalb wurde wieder eine Kreuztabelle gerechnet.

In der Keuztabelle kann man sehen, dass das Aussehen bei Hauptakteurinnen (22,2 %, n = 6) öfter *kurz beschrieben* wird, als bei Hauptakteuren (15,7 %, n = 11). Dies trifft auch dann zu, wenn das Aussehen *besonders herausgearbeitet* wird (Männer: 2,9 %, n= 2, Frauen: 11,1 %, n = 3). Das Aussehen wurde bei 33,3 % aller Frauen und nur bei 18,6 % aller Männer erwähnt.

Die Prüfgröße χ^2 hat 2 Freiheitsgrade. Aus der χ^2 -Tabelle kann man herauslesen, dass der Wert χ^2 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % bei 5,99 liegt. **Da der beobachtete χ^2 -Wert mit 3,60 kleiner als 5,99 ist, sind die Unterschiede *nicht* signifikant, die Hypothese 7 muss also verworfen werden.** Auch die korrigierten Residuen weisen auf keine statistisch signifikanten Unterschiede hin. Cramers-V deutet mit einem Wert von 0,19 auf einen schwachen Zusammenhang hin.

10.8.2 Erläuterung und Interpretation

Es erscheint verständlich, dass das Aussehen bereits berühmter KabarettistInnen nicht mehr detailliert beschrieben werden muss, weil die meisten Leute bereits wissen, wie diese aussehen und bei vielen Artikeln außerdem Fotos dabei sind. Bei einem breiten Publi-

kum schon bekannten KabarettistInnen wurde daher eher auf äußerliche Details mit Wiedererkennungswert eingegangen. So hieß es beispielsweise „Martin Puntigam im schrillen Outfit (Brustwarzen!)“ oder bei Roland Düringer „Die Kugeln im Bart sind weg“ und „bartbezopft“ (Codierte Artikel: 11 und 188).

Ein Artikel in der *Woman* mit dem Titel „Wer ist PETER KLIEN?“ hingegen erklärt, wie der Entertainer als ORF-Reporter getarnt vorgeht und beschreibt dabei gleichzeitig recht genau Kliens Aussehen: „[...] dunkles Hemd, etwas blass, rahmenlose Brille, seine grauen Haare stehen etwas störrisch in verschiedene Richtungen, verschmitztes Lächeln.“ (Codierter Artikel: 277). Dies ist eine der längsten Beschreibung von Äußerlichkeiten. Dadurch geben die Medien dem Publikum die Möglichkeit, neue KünstlerInnen auch optisch kennenzulernen und beim nächsten Mal vielleicht wiederzuerkennen.

Am ausführlichsten wird jedoch Nina Hartmanns T-Shirt in einem Bericht über die Fernsehaufzeichnung einer neuen Comedy-Show in *TV-Media* beschrieben. Folgende Zitate stammen von unterschiedlichen Stellen aus diesem Artikel: „Hartmann hat sich umgezogen und nun ein extrem kurzes Kleid an ("das ist ein T-Shirt, aus dem ich rausgewachsen bin")“, „Sie wird sich noch umziehen (siehe unten)“ und „Nina Hartmann trägt mittlerweile 'ein T-Shirt, aus dem ich herausgewachsen bin'“ (Codierter Artikel: 149). Abgesehen von Puntigams Brustwarzen ist dies aber die einzige Schilderung, bei der etwas erotisiert wird.

Und sehr oft beschreiben sich die Comedy Stars mit einem Funken Ironie auch selbst wie etwa Monika Gruber: „rede ja wie ein Mann und schau auch aus wie einer“ oder werden von ihrem Interviewpartner beschrieben (Codierter Artikel: 80b). So sagt etwa Fußballtrainer Peter Stöger über seine Frau, die Kabarettistin Ulrike Kriegler „Sie sieht natürlich gut aus.“ (Codierter Artikel: 247a).

Ulrike Kriegler ist übrigens ein gutes Beispiel für eine Frau, die es vermutlich nicht nur, aber sicher großteils schon dank ihrem nachrichtenswürdigen Mann in die Medien geschafft hat: Sie wurde nämlich im Jahr 2017 in den untersuchten Medien dreimal interviewt und jedes Mal mit ihrem Mann (Codierte Artikel: 237a, 247a und 248a).

Jene KabarettistInnen bei denen das Aussehen am öftesten also in zwei und nicht nur in einem Artikeln beschrieben wurde, waren Andrea Händler, Lisa Eckhart, Monika Gruber und Peter Klien.

Prinzipiell kann diese Studie die These, dass das Aussehen beider Geschlechter generell immer wichtiger wird, nicht bestätigen, da es in 77,3 % der Fälle gar nicht beschrieben wurde. Das Aussehen wurde zwar bei mehr Kabarettistinnen erwähnt als bei Kabarettisten - dieser Unterschied war jedoch nicht signifikant. Deshalb kann nicht behauptet werden, dass Kabarettisten oder Kabarettistinnen auf ihr Aussehen reduziert wurden und ihre Arbeit dadurch trivialisiert wurde.

11 Zusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen

11.1 Forschungsfrage 1 - Repräsentanz und Sichtbarkeit von KabarettistInnen

Wo liegen die Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten auf quantitativer Ebene in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde die Menge und die Länge der Artikel anhand des Faktors Geschlecht betrachtet.

Bezüglich der Menge der Artikel konnten Unterschiede gefunden werden, nämlich, dass mehr über männliche Kabarettisten berichtet wurde als über weibliche, denn es waren nur 27,8 % der HauptakteurInnen weiblich. Somit lag die Frauenquote in der Kabarettberichterstattung im Jahr 2017 relativ nahe bei der schon bekannten allgemeinen Frauenquote in den Medien. Trotzdem hatten Frauen auch im Kabarett eine „geringere Medienpräsenz“ als Männer, wie sie schon in den Bereichen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Sport festgestellt wurde (Rulofs, 2003, S. 18-19).

Es wurde zwar in den untersuchten Zeitschriften mehr über männliche KabarettistInnen berichtet als über weibliche - jedoch in einem Verhältnis, dass die Realität relativ gut abbildet. Wie schon angeführt, lag der Anteil der auf Wikipedia erwähnten weiblichen Kabarettistinnen in Österreich bei 26 % (Kategorie: Kabarettist (Österreich), 2018).

Keine Unterschiede konnten jedoch in Bezug auf die Länge der Artikel festgestellt werden. Im Durchschnitt waren zwar Artikel mit einem männlichen Hauptakteur länger als Artikel mit einer weiblichen Hauptakteurin - dieser Unterschied war jedoch nicht signifikant. Somit können die bisherigen Ergebnisse in Bezug auf die Länge nicht bestätigt werden.

11.2 Forschungsfrage 2 - Zugeschriebene Themen

Welche Themen werden in den Artikel und Interviews hauptsächlich angesprochen?

Die Beantwortung dieser Forschungsfrage umfasste die erwähnten Themen, die explizite Erwähnung des Geschlechts sowie das Privatleben.

Zuerst zu den erwähnten Themen: Die fünf Themen, die am häufigsten angesprochen wurden, waren: *Beruf*, *Familie*, *Partnerschaft*, *Politik* und *Haushalt*. Unabhängig vom

Geschlecht des/der HauptakteurIn wurden in den meisten Artikeln *mehr frauenspezifische Themen* besprochen (42,3 %).

Auch mit Kabarettistinnen wurde mehr über frauenspezifische Themen gesprochen - mit Kabarettisten jedoch mehr über männerspezifische wie *Beruf*, *Politik* und *Sport*. In dieser Hinsicht ist auch interessant, dass noch eher mit Männern über frauenspezifische Themen gesprochen wurde, als mit Frauen über männerspezifische.

Prinzipiell wurde mit den KabarettistInnen am öftesten über ihren *Beruf* gesprochen, was ja positiv zu bewerten ist. Jedoch wurde mit 82,8 % der Männer über ihren *Beruf* gesprochen und nur mit 51,9 % der Frauen. Solche gravierenden Unterschiede gab es auch bei den Themen *Wirtschaft* und *Politik*. Aufgrund des hohen Interviewanteils darf jedoch nicht vergessen werden, dass die KabarettistInnen durchaus auch selbst Themen ansprechen konnten und so lag die Themenauswahl nicht allein beim / bei der JournalistIn.

Nun zur expliziten Erwähnung des Geschlechts: Bei 83,5 % der HauptakteurInnen wurde das Frau-Sein beziehungsweise Mann-Sein oder seine Bedeutung für den Beruf als KabarettistIn gar nicht thematisiert. Allerdings war der prozentuale Anteil von Kabarettistinnen, bei denen es thematisiert wurde, höher als bei den Kabarettisten (29,6 % vs. 11,4 %).

Im Rahmen dieser Untersuchung konnten keine Fragestellungen bezüglich der Arbeit oder dem Humor als Frau in der männlich dominierten Kabarettszene gefunden werden. Kabarettistinnen wurden also in den meisten Fällen nicht als “other” von der männlichen Norm inszeniert und ihre Geschlechterzugehörigkeit wurde nur selten besonders betont.

Allgemein wurde das Privatleben bei 89,6 % der Artikel erwähnt. Diese Untersuchung kann somit den allgemeinen Trend zur personalisierten Berichterstattung bestätigen. Bezüglich der Themen aus dem Bereich Privatleben wurde das *Alter* am häufigsten genannt, danach folgten *Familie* und *Liebe*. Aufgrund der mangelnden Signifikanz konnte hingegen nicht bestätigt werden, dass die Berichterstattung über KabarettistInnen mehr auf Privates fokussiert als jene über Kabarettisten.

Das Geschlecht der KabarettistIn hat also beeinflusst, über welche der geschlechtsspezifischen Themen gesprochen wurde und ob das Frau- beziehungsweise Mann-Sein thematisiert wurde. Demnach gab es eine stereotype Themenzuordnung. Nur hinsichtlich des Privatlebens konnten keine Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen bestätigt werden.

11.3 Forschungsfrage 3 - Geschlechtsspezifische Darstellung Charaktereigenschaften

Welche geschlechtsspezifischen Attribute und Zuschreibungen lassen sich bei der Darstellung von KabarettistInnen beobachten?

Diese Fragestellung beruht auf dem Gleichheitsansatz.

Unabhängig vom Geschlecht des/der HauptakteurIn enthielt der Großteil der Artikel gar *keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft* (63,9 %). Danach folgten *mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften*. Am öftesten genannt wurden folgende Eigenschaften: klar denkend, ernsthaft, liebevoll und charmant.

Wenn über Kabarettistinnen berichtet wurde, wurden *mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften* genannt und nicht wie erwartet *stereotyp-feminine*. Dies war - weniger überraschend - auch bei den männlichen Kabarettisten so. Allerdings waren diese Ergebnisse *nicht* signifikant.

Es kann aber nicht behauptet werden, dass KabarettistInnen in den untersuchten Artikeln in der Printberichterstattung auf konventionelle Geschlechterstereotypen reduziert wurden.

11.4 Forschungsfrage 4 - Geschlechtsspezifische Darstellung Aussehen

Welche Bedeutung kommt dem Aussehen der KabarettistInnen zu?

Die Hypothese, dass bei Kabarettistinnen das Aussehen öfter und genauer beschrieben wird als bei ihren männlichen Kollegen, konnte nicht bestätigt werden. Das Aussehen wurde zwar bei 33,3 % aller Frauen und nur bei 18,6 % aller Männer erwähnt, die Unterschiede waren jedoch *nicht* signifikant.

Prinzipiell kann diese Studie die These, dass das Aussehen beider Geschlechter immer wichtiger wird, nicht bestätigen, da es im Großteil der Fälle gar nicht beschrieben wurde. KabarettistInnen wurden also in der Regel nicht auf ihr Aussehen reduziert.

12 Defizite der Untersuchung

12.1 Objektivität

Im Zuge dieser Arbeit hat die Autorin versucht, während der Erstellung des Forschungsdesigns, der Untersuchung selbst und auch bei der anschließenden Interpretation so objektiv und transparent wie möglich vorzugehen.

Klar ist jedoch, dass allein das Interesse der Autorin an der Darstellung der Geschlechter sowie auch ihre eigene Geschlechtszugehörigkeit einen Einfluss auf die Forschung haben (Alfermann, 1996, S. 171). Auch die Autorin selbst ist von „bestimmten Vorstellungen des Männlichen und Weiblichen geprägt“ (Sexl, 2004, S. 89). Die Autorin kann als Frau ihre Weiblichkeit nicht ablegen, um ganz objektiv zu forschen. Indem sie sich aber dessen bewusst ist, kann sie jedoch ehrlicher und objektiver forschen als jemand, der von seiner völligen Objektivität überzeugt ist. Auch wenn sich diesbezüglich die Frage stellt, wer dann überhaupt eine völlig neutrale Position hat?

Studiert ein Unternehmersohn „neutral“ BWL? Studiert das Kind einer Lehrerin und eines Gefängniswärters „neutral“ Sozialpädagogik? Forscht die Medizinerin, deren Vater an Alkoholismus starb, „neutral“ an Psychopharmaka? Setzt der Chemiker, der sich für leichtere Prothesenmaterialien begeistert, weil er dann eines Tages vielleicht Volleyball spielen kann, sich aus den falschen Gründen dafür ein? (Stokowski, 2016, S. 169).

Laut Sexl haben auch feministische Theorien nachgewiesen, dass „[...] Wissenschaft niemals objektiv [ist], auch wenn sie das vorgibt oder sein möchte.“ (2004, S. 89).

12.2 Mängel der Operationalisierung

Wie schon im Kapitel 10.7.2 erläutert, stellte sich die zur Codierung verwendete Liste der weiblichen und männlichen Attribute von William & Best als nicht ganz optimal heraus. So klangen beispielsweise einige Ausdrücke antiquiert und außerdem konnte nicht davon ausgegangen werden, dass das Gegenteil eines stereotyp maskulinen Attributs dann stereotyp feminin war. Ein weiteres Problem war, dass es beispielsweise nur die Extreme *stark* oder *schwach* gab und dazwischen keine Abstufungen verfügbar waren. Außerdem war

aufgrund der Vielzahl der Attribute das Risiko relativ hoch, dass genannte Eigenschaften übersehen wurden.

Für zukünftige Untersuchungen wird also empfohlen, die Operationalisierung der abhängigen Variable *erwähnte Eigenschaften* mit einer anderen Liste als jener von William & Best durchzuführen.

Es wurde beispielsweise beim Aussehen und den Charaktereigenschaften verabsäumt, zu codieren, ob diese beiden positiv, neutral oder negativ dargestellt wurden. Außerdem wurde bei den erwähnten Themen, bei der expliziten Erwähnung des Geschlechts und bei den Charaktereigenschaften nicht erfasst, wie oft sie innerhalb eines Artikels erwähnt wurden. Diese Codierungen hätten vermutlich interessante Ergänzungen zu den bestehenden Ergebnissen geboten.

Programmankündigungen und Rezensionen wurden von Kabarettprogrammen wurden bei der vorliegenden Untersuchung als nicht relevant eingestuft. Daher konnte dann im nachhinein nicht untersucht werden, welche KabarettistInnen denn in den Programmankündigungen vorkommen und welche Kabarettprogramme besprochen werden.

Auch die verwendete Methode nämlich die Inhaltsanalyse weist gewisse Defizite auf. „So kann sie etwa nur einzelne Worte erfassen und nicht den ganzen Sinnzusammenhang beziehungsweise die gesamte Komplexität eines Textes. Denn sie konzentriert sich auf „für das Erkenntnisinteresse relevante Ausschnitte“. „Vieles was ‚zwischen den Zeilen steht‘ bleibt“ dadurch „unberücksichtigt.“ Überdies kann sie nur die Inhalte und nicht deren Auswirkungen untersuchen (Huhnke, 1996, S. 91-90 und Pfannes, 2004, S. 42).

12.3 Arbeit mit der Kategorie Geschlecht

„Es sei sozusagen ein Paradoxon der Geschlechterforschung: Sie stelle das her, was sie kritisch analysieren und dekonstruieren wolle. Diesen Prozess bezeichnet man als Reifizierung: In die eigene Forschung wird hineingetragen, was man eigentlich analytisch auflösen möchte.“ (Lünenborg & Maier, 2013, S. 25). Das bedeutet etwa, dass erst durch die Benennung des Männlichen und Weiblichen Männlich- und Weiblichkeit entstehen (Bauer, 2006, S 16-17).

Um zu untersuchen, ob im Zusammenhang mit männlichen und weiblichen HauptakteurInnen unterschiedliche Themen angesprochen werden, wurden auch im Rahmen dieser

Arbeit „Männerräume und Frauenräume“ definiert. Dadurch werden Frauen wieder auf das Private und „spezifisch weibliche Themen“ begrenzt (Klaus, 2005, S. 265). Aber auch um die erwähnten Persönlichkeitsmerkmale zu erforschen, wurde in stereotyp-feminine und stereotyp-maskuline Eigenschaften unterteilt. Andererseits ist anzumerken, dass wenn man nicht davon ausgeht würde, dass es die Möglichkeit von Unterschieden gibt, man die Thematik ja gar nicht untersuchen würde.

Auch wenn der *Konstruktionsansatz* davon ausgeht, dass das Geschlecht konstruiert ist. „Um in einer quantitativen Inhaltsanalyse die Häufigkeit der Berichterstattung über Männer und über Frauen erfassen zu können, muss von einer eindeutigen, manifest erfassbaren Existenz von ›Frau‹ und ›Mann‹ in Medientexten ausgegangen werden.“ Dies ist natürlich ein Problem, wenn man das Geschlecht dekonstruieren will (Lünenborg & Maier, 2013, S. 106).

Trotz allem stellt die Inhaltsanalyse die einfachste empirisch durchführbare Methode für die aufgeworfenen Forschungsfragen dar. So verfügt beispielsweise die Diskursanalyse über keine festgelegten Arbeitsschritte, ist dadurch wesentlich aufwendiger und ihre Ergebnisse sind nicht generalisierbar (Lünenborg & Maier, 2013, S. 120).

Die Durchführung einer Inhaltsanalyse und die Verwendung der Kategorien Mann und Frau und männlich und weiblich, hindert ja prinzipiell nicht daran, diese Kategorien mithilfe des *Konstruktionsansatzes* kritisch zu hinterfragen. Zudem ist es von Bedeutung auch die Ähnlichkeiten zwischen den Geschlechtern hervorheben und sich nicht nur auf die Unterschiede zu fokussieren (Rulofs, 2003, S. 65). So dürfen auch „[...] kleine Differenzen [...] nicht überbewertet werden“. Ob Geschlechtsunterschiede relevant waren, wurde also im Einzelfall mithilfe des Mittelwerts und der Signifikanz festgestellt (Prinz, 2010, S. 42)

Auch im Rahmen dieser Untersuchung wurde nur mit den Kategorien männlich und weiblich gearbeitet, ohne mögliche andere Formen der Geschlechtsidentität zu berücksichtigen. Eben so wenig wurde auf das Zusammenspiel von Geschlecht und Status sowie auf jenes von Geschlecht und Ethnie eingegangen.

12.4 Mängel der Interpretation

Zuerst einmal sind bestimmt manche Artikel vom APA Online Manager nicht gefunden worden, weil nicht in jedem Artikel über einen / eine KabarettistIn tatsächlich das Wort

KabarettistIn vorkommen muss. Manchmal werden auch Synonyme wie Comedian oder KomikerIn benutzt.

Ein weiterer Mangel dieser Untersuchung war sicherlich, dass das reelle Geschlechterverhältnis in der Kabarettbranche nur durch die auf Wikipedia unter der Kategorie Kabarettist geführten KabarettistInnen erhoben werden konnte. Es ist klar, dass dies die Realität wahrscheinlich auch nicht zu 100 % korrekt abbildet. Doch leider waren für die österreichische Kabarettszene keine anderen Zahlen verfügbar.

Da die Verteilung zwischen den Geschlechtern nicht ausgewogen war, sondern Kabarettistinnen unterrepräsentiert waren, wurde bei der Darstellung der Ergebnisse in der Regel von einem direkten Vergleich der absoluten Zahlenwerte abgesehen. Stattdessen wurde versucht, sich eher auf das prozentuelle Verhältnis zwischen HauptakteurInnen und Hauptakteuren zu konzentrieren.

Es ist schwierig, die Ergebnisse dieser Untersuchung eindeutig zu interpretieren, da Ursache und Wirkung selten direkt und singular aufeinander wirken. Meist gibt es eine Vielzahl plausibler Alternativerklärungen und/oder Störvariablen.

Auch die Wirkungen der Berichterstattung auf die RezipientInnen konnte im Rahmen dieser Untersuchung nicht erfasst werden.

13 Fazit und Ausblick

13.1 Fazit: Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Bei dieser Untersuchung konnten bei drei von sieben Hypothesen signifikante Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen HauptakteurInnen festgestellt werden. Und zwar bei folgenden Themen: bei der Menge der Artikel (mehr Bericht über Männer), bei den erwähnten Themen (Männer: männerspezifische Themen, Frauen: frauenspezifische Themen) und bei der expliziten Erwähnung des Geschlechts (öfters bei Kabarettistinnen thematisiert). Bei diesen drei Thematiken konnte also die bestehende Forschung bestätigt werden.

Nicht bestätigt werden konnten sie allerdings dort, wo keine Unterschiede gefunden wurden: nämlich in Bezug auf die Länge der Artikel, die erwähnten geschlechtsspezifischen Attribute, das Privatleben und das Aussehen. Das bedeutet, dass über weibliche Kabarettistinnen nicht kürzer berichtet wurde oder dass sie auf ihr Privatleben, konventionelle Geschlechterstereotypen oder ihr Aussehen reduziert wurden.

Unabhängig vom Geschlecht wurden in einem Großteil der Artikel die Charaktereigenschaften, das Geschlecht und das Aussehen der KabarettistInnen *nicht* explizit erwähnt. Dafür wurde in der Mehrheit der Artikel über das Privatleben gesprochen und über frauenspezifische Themen.

Im Rahmen dieser Untersuchung entstand subjektiv gesehen für die Autorin nicht der Eindruck, dass männlichen und weiblichen KabarettistInnen grundsätzlich komplett unterschiedliche Fragen gestellt wurden oder dass Kabarettistinnen vollkommen anders dargestellt wurden, als ihre männlichen Kollegen. Entgegen den Erwartungen der Autorin und den subjektiven Erfahrungen mancher Kabarettistinnen wurden sie nicht als “other” von der männlichen Norm inszeniert und ihre humoristischen Fähigkeiten wurden nicht aufgrund ihres Frau-Seins angezweifelt.

13.2 Auswirkungen der Ergebnisse

Der *Konstruktionsansatz* geht davon aus, dass Geschlecht individuell und sozial konstruiert wird. Daher interessieren uns in dieser Hinsicht vor allem die Fragen: Wie Geschlechterdifferenzen (re)produziert werden und welchen Einfluss die Medien auf die Bildung der Geschlechteridentität haben? Außerdem soll *doing gender* identifiziert werden: Ist Kabarett noch immer Männerarbeit? Was gilt als männlich beziehungsweise weiblich?

Aufgrund der Ergebnisse dieser Arbeit kann man sagen, dass das gegebene Geschlechterverhältnis im Kabarett durch die Medien reproduziert wird - nämlich dass es mehrheitlich ein Männerberuf ist und Frauen eine Ausnahme sind. Dafür spräche auch, dass bei Kabarettistinnen öfter ihr Frau-Sein thematisiert wurde als bei Kabarettisten ihr Mann-Sein.

Andererseits geben die Medien auch einfach nur das reelle Geschlechterverhältnis in der Kabarettbranche wieder. Die mediale Darstellung von Frauen war angemessen im Verhältnis zur gesellschaftlichen Realität. Im Moment sind also Frauen, die Kabarett machen in den untersuchten Medien nicht weniger wichtig als Männer und sie wurden zumindest nicht mehr unterrepräsentiert.

Die Medien könnten aber auch gemäß dem *Agenda Setting Ansatz* die wahrgenommene Relevanz und Wichtigkeit weiblicher Kabarettistinnen verstärken. Obwohl nicht mit Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass eine überproportionale Berichterstattung über weibliche Kabarettistinnen dazu führt, dass mehr Frauen den Beruf der Kabarettistin ergreifen oder dass dadurch die Nachfrage des Publikums nach weiblichen Kabarettistinnen steigt. Denn dabei spielen natürlich noch viele andere Einflussfaktoren eine Rolle.

Trotzdem können Medien natürlich auch ein Sozialisationsfaktor und ein Motor für Veränderung sein. Das heißt, je mehr über Kabarettistinnen berichtet wird, desto alltäglicher werden sie. Desto weniger werden sie als Ausnahme von der männlichen Norm gesehen, sondern einfach als natürlicher Bestandteil des Kabarett. Ob allerdings der erste Schritt dazu von den Medien oder aus der Gesellschaft heraus kommen soll, ist schwierig zu beantworten. Inwiefern die Medien in der Kabarettberichterstattung eher Erhalter des Status Quo oder Motor für Veränderung sind, kann nur anhand von Folgeuntersuchungen ermittelt werden.

Die erwähnten Themen weisen auf *doing gender* hin, weil aufgrund des Geschlechts unterschiedliche Themen angesprochen wurden. Hierbei wurde bestätigt, dass bestimmte

Themen als weiblich beziehungsweise männlich gelten. Da Medien auch für die Karriere von KabarettistInnen essentiell sind, wäre es wünschenswert, dass auch mit Kabarettistinnen mehr über berufliche Dinge gesprochen wird. Beim Privatleben, den Charaktereigenschaften und beim Aussehen war jedoch kein *doing gender* festzustellen.

Auch wenn dieser Aspekt im Rahmen dieser Untersuchung nicht direkt untersucht wurde, entstand nicht der Eindruck, dass die Medien Kabarettistinnen negativer darstellen als Kabarettisten. KabarettistInnen wurden nicht anhand von bestehenden Geschlechtsstereotypen beschrieben, sondern relativ vielfältig.

Es ist schwierig, anhand dieser Ergebnisse jetzt konkrete Empfehlungen auszusprechen. Was dürfen oder sollen KabarettistInnen und JournalistInnen anders machen? Sollen Kabarettistinnen öfter über Politik sprechen? Sollen JournalistInnen weniger Fragen zum Privatleben der KabarettistInnen stellen? In jedem Fall ist es aber für beide sinnvoll, ein Bewusstsein für die Thematik zu entwickeln und das eigene Handeln dahingehend öfter kritisch zu hinterfragen.

13.3 Offen gebliebene Fragen

In diesem vorletzten Kapitel werden offen gebliebene sowie neu aufgeworfene Fragen gesammelt, die Gegenstand zukünftiger Untersuchungen bezüglich der Konstruktion von Geschlecht durch die Medien sein könnten.

Zuallererst könnte die exakt selbe Vollerhebung (selbe Medien, selbe Auswahlkriterien) regelmäßig oder zumindest einmal (beispielsweise im Jahr 2018) wiederholt werden, um festzustellen ob sich die Ergebnisse im Lauf der Zeit verändern.

Weiters wäre es möglich die Untersuchungen auf andere MedienakteurInnen auszuweiten, die bisher nicht untersucht wurden - wie beispielsweise SchauspielerInnen, SängerInnen, AutorInnen und andere. Auch könnten in Zukunft die in den Artikel enthaltenen Fotos der KabarettistInnen in die Analyse mit einbezogen werden, um so auch eventuelle sexualisierte Darstellung zu erheben.

Damit das Potential zur Verallgemeinerung steigt, könnte auch die Darstellung von KabarettistInnen in Zeitungen, im Fernsehen, im Radio und online etwa in sozialen Medien oder auch auf Websites der KabarettistInnen untersucht werden.

Wie schon erwähnt, könnte auch die Färbung der Aussagen in den Artikeln noch erforscht werden, also ob KabarettistInnen negativ, neutral oder positiv dargestellt werden.

Im Rahmen dieser Arbeit wurde schon mit der Variable *V15 Interview* codiert, ob es sich um ein Interview handelt - also ob der / die KabarettistIn direkt zu Wort kommt. Diese Variable könnte bei zukünftigen Analysen noch weiter ausgebaut werden, indem exakt codiert wird, ob die angesprochenen Themen, das Privatleben oder die erwähnten Charaktereigenschaften vom / von der KabarettistIn selbst oder vom Journalist / von der Journalistin selbst erwähnt werden. So könnte noch genauer erhoben werden, wer hauptsächlich die Inhalte in den Interviews vorgibt.

Hinsichtlich der Medienproduktion könnte man sich einerseits die Selektionsprozesse der Medienschaffenden noch genauer anschauen. Also beispielsweise, welche Aussagen eines durchgeführten Interviews dann tatsächlich veröffentlicht werden. Dies wäre klarerweise nur mit Mithilfe der JournalistInnen möglich.

Andererseits könnte ein Beitrag zu der Fragestellung geleistet werden, ob es einen weiblichen beziehungsweise männlichen Journalismus gibt. Nämlich indem man noch das Geschlecht des Verfassenden erfasst, um so dahingehende Unterschiede herauszufiltern.

Auch bezüglich der Auswirkung der Ergebnisse auf die RezipientInnen könnte die Forschung noch ausgeweitet werden.

Beispielsweise mittels einem Experiment bei dem RezipientInnen Artikel über fiktive männliche und weiblich KabarettistInnen mit den selben Charaktereigenschaften vorgelegt werden und sie dann darüber geurteilt werden soll, wer einem sympathisch ist. So könnte man herausfinden, wie sich etwa stereotyp maskuline Eigenschaften auf die Sympathie von KabarettistInnen auswirken.

Oder man legt dem Publikum das Geschlechterverhältnis und die anderen Ergebnisse dieser Untersuchung vor und befragt sie dann dazu und zu seinen allgemeinen Kabarettvorlieben und -verhalten. Dadurch könnte die gesellschaftliche Akzeptanz von weiblichen Kabarettistinnen eruiert werden und ob die RezipientInnen mit dem aktuellen Kabarett- und Medienangebot zufrieden sind oder sich vielleicht Veränderungen wünschen.

Zu guter Letzt noch zur *Reflexionshypothese*. Diese besagt unter anderem, dass die Massenmedien der Wirklichkeit bei der Darstellung von herrschenden gesellschaftlichen Wer-

ten meist etwas hinterherhinken. (Klaus, 2005, S. 215). Durch eine Wiederholung der Erhebung könnte festgestellt werden, inwiefern die Medien in der Kabarettberichterstattung eher Erhalter des Status Quo oder Motor für Veränderung sind.

13.4 Nutzen der Arbeit

Das Ziel der Arbeit - nämlich zu untersuchen, wie KabarettistInnen von österreichischen Printmedien dargestellt werden - wurde in jedem Fall erreicht. Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen konnten aufgezeigt werden.

Die Darstellung von Männern und Frauen in der Medienberichterstattung im Allgemeinen wurde schon relativ gut erforscht. Auch die Politik- und Sportberichterstattung wurden untersucht. In der Männerdomäne Kabarett hingegen ist der Autorin keine andere geschlechtsspezifische Untersuchung der Berichterstattung mittels Inhaltsanalyse bekannt - weder in Österreich noch im gesamten deutsch- oder englischsprachigen Raum.

Insofern sind alle Erkenntnisse dieser Arbeit neu, weil sie sich auf KabarettistInnen beziehen und die Arbeit leistet somit einen großen Beitrag zur aktuellen Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft.

Die Untersuchung ist auch insofern von Bedeutung, da durch sie im Jahr 2017 eine Vollerhebung der vier auflagenstärksten österreichischen Magazine durchgeführt wurde und das Untersuchungsmaterial so relativ umfangreich und aussagekräftig war.

Zudem wurden die Ergebnisse dieser Untersuchung mit den bisherigen Ergebnissen der Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft und der Theorie verknüpft, zum Beispiel bei der Interpretation der Ergebnisse oder aufgrund dessen, dass alle Hypothesen theoriebasiert waren.

13.5 Ausblick

Dadurch dass es weniger Berichte über Kabarettistinnen gab, musste leider auch in dieser Forschung eine leichte Marginalisierung konstatiert werden. Stereotypisierung und Trivialisierung konnten aber nur bei den besprochenen Themen und der expliziten Erwähnung des Geschlechts aufgezeigt werden.

Hoffnung geben allerdings jene Bereiche, in denen keine wesentlichen Geschlechtsdifferenzen in der Darstellung der KabarettistInnen festgestellt werden konnten - möglicherweise deuten sie schon Verbesserung an oder zumindest auf eine Angleichung der Berichterstattung hin.

Jedenfalls wurden Kabarettistinnen in den untersuchten Artikeln des Jahres 2017 zumindest nicht offen gefragt, warum es weniger Frauen im Kabarett gibt oder ob Frauen weniger lustig als Männer seien.

Die negativen und gar feindseligen Reaktionen vieler FernsehzuseherInnen auf eine weibliche Kommentatorin im ZDF bei der Fußballweltmeisterschaft 2018 lassen aber vermuten, dass Frauen auch heute noch nicht ungehindert in Männerdomänen vordringen können.

Den Abschluss dieser Arbeit bilden zwei Zitate aus der Email-Befragung der Autorin. Und zwar die Antworten auf die Frage: *Hat sich im Laufe der Jahre und mit einer steigenden Anzahl von Kabarettistinnen etwas verändert?*

Dazu sagte Monica Weinzettl: „Ist mir nichts aufgefallen. Es werden zwar immer mehr, die auf die Bühne wollen, aber die müssen ja auch erst mal alle bleiben.“ (Persönliche Kommunikation per Email, 01.02.2018). Und Nadja Maleh: „Ja. Oder Vielleicht. Nein. Ich weiß nicht. Na hoffentlich!“ (Persönliche Kommunikation per Email, 29.01.2018).

14 Abstract

This master thesis found 330 articles using the keywords “Kabarettist” and “Kabarettistin” published in the four most relevant Austrian magazines *Die ganze Woche*, *News*, *TV Media* and *Woman* in 2017. The articles found were analyzed regarding differences and similarities in gender representation. The method used was content analysis and most of the findings are based on chi-square analyses.

Regardless of gender, the private life of comedians was mentioned in 89.6 % of the articles and the topics which discussed the most were specific to women. In most of the articles appearance, gender-related characteristics and the explicit gender of a comedian were not mentioned at all.

Significant gender differences were found in three out of seven hypotheses. In terms of the quantity of the articles there was more reporting about male than female comedians (72.2 % vs. 27.8 %). If the article was about a female comedian, then the topics talked about the most were specific to women. If the article was about a male comedian, then the topics talked about the most were specific to men. The gender was more often explicitly addressed if the article was about a woman, then when the article was about a man.

No significant gender differences were found regarding appearance, gender-related characteristics, private life and the length of the articles.

Since gender representation in the media in general and the area of politics and sports are already well covered by research, this study intends to close a research gap by analyzing this topic in the area of comedians.

15 Deutsches Abstract

In den vier auflagenstärksten österreichischen Zeitschriften *Die ganze Woche*, *News*, *TV Media* und *Woman* wurden bei der Stichwortsuche nach den Worten „Kabarettist“ und „Kabarettistin“ im Jahr 2017 insgesamt 330 Artikel gefunden. Diese Artikel wurden mittels Inhaltsanalyse hinsichtlich Gemeinsamkeiten und Unterschieden in der Geschlechterdarstellung untersucht.

Unabhängig vom Geschlecht wurden in einem Großteil der Artikel die Charaktereigenschaften, das Geschlecht und das Aussehen der KabarettistInnen *nicht* explizit erwähnt. Dafür wurde in der Mehrheit der Artikel über das Privatleben gesprochen und über frauenspezifische Themen.

Bei dieser Untersuchung konnten bei drei von sieben Hypothesen signifikante Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen HauptakteurInnen festgestellt werden. Und zwar bei folgenden Themen: bei der Menge der Artikel (mehr Bericht über Männer), bei den erwähnten Themen (Männer: männerspezifische Themen, Frauen: frauenspezifische Themen) und bei der expliziten Erwähnung des Geschlechts (öfters bei Kabarettistinnen thematisiert). Bei diesen drei Thematiken konnte also die bestehende Forschung bestätigt werden.

Nicht bestätigt werden konnte sie allerdings dort, wo keine Unterschiede gefunden wurden: nämlich in Bezug auf die Länge der Artikel, die erwähnten geschlechtsspezifischen Attribute, das Privatleben und das Aussehen.

Da das Geschlechterverhältnis in den Medien allgemein und beispielsweise bei PolitikerInnen und SportlerInnen schon recht gut untersucht war, schließt diese Arbeit eine Forschungslücke indem sie es bei KabarettistInnen untersucht.

16 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ungleiche Verteilung der Geschlechter in den Nachrichten von 1995 - 2015 (Quelle: Macharia, 2015, S. 24).....	18
Abbildung 2: Top 3 Themen in denen Frauen 2015 am häufigsten vorkommen (Quelle: Macharia, 2015, S. 34).....	43
Abbildung 3: Top 5 Familienstand angegeben bei Frauen und Männern 2015 (Quelle: Macharia, 2015, S. 44).....	47
Abbildung 4: Weibliche und männliche Attribute im internationalen Vergleich (Quelle: Athenstaedt & Alfermann, 2011, S. 17 nach William & Best, 1990, S. 77)	48
Abbildung 5: Medien aus denen die Artikel stammen.....	61
Abbildung 6: Prozentsatz relevante Artikel sortiert nach Medien.....	62
Abbildung 7: Verteilung Geschlecht HauptakteurIn allgemein.....	63
Abbildung 8: Anzahl Artikel nach Name HauptakteurIn	64
Abbildung 9: Durchschnittliche Wortanzahl der Artikel nach Geschlecht	66
Abbildung 10: Häufigkeit erwähnte Themen allgemein.....	68
Abbildung 11: Verteilung männer- und frauenspezifische Themen allgemein	69
Abbildung 12: Thematisierung des Geschlechts allgemein.....	72
Abbildung 13: Häufigkeit erwähnte Themen Privatleben allgemein	75
Abbildung 14: Häufigkeit und Intensität Erwähnung Privatleben allgemein	76
Abbildung 16: Häufigkeit erwähnter Eigenschaften.....	78
Abbildung 15: Häufigkeit und Intensität erwähnter geschlechtsstereotyper Eigenschaften allgemein.....	79
Abbildung 17: Häufigkeit und Intensität erwähnte Eigenschaften nach Geschlecht.....	80
Abbildung 18: Häufigkeit und Intensität Beschreibung Aussehen allgemein	83

17 Literaturquellen

- Alfermann, D. (1995). Männlich - Weiblich - Menschlich: Androgynie und die Folgen. In: Pasero, U. & Braun, F. (Hrsg.), *Konstruktion von Geschlecht*. (29-49). Pfaffenweiler: Centaurus Verlagsgesellschaft.
- Alfermann, D. (1996). *Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Athenstaedt, U. & Alfermann, D. (2011). *Geschlechterrollen und ihre Folgen. Eine sozialpsychologische Betrachtung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Auflagenliste für das 1. Halbjahr 2017. (2017). Wien: Verein Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern/Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK).
- Babka, A. (2004). Feministische Theorien. In Sexl, M. (Hrsg.), *Einführung in die Literaturtheorie*. (191-222). Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Bauer, C. (2008). Merkel, Roth... und sonst keine: Politikerinnen im Fernsehen. In Holtz-Bacha, C. (Hrsg.), *Frauen, Politik und Medien*. (25-48). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bauer, E. (2006). *Geschlechtsspezifische Rezeption in der Politikberichterstattung: Darstellung der Konstruktion von Geschlecht im medialen Alltag mit Hilfe der kollektiven Erinnerungsarbeit*. Nicht veröffentlichte Studienabschlussarbeit, Universität Wien, Wien.
- Bierhoff-Alfermann, D. (1977). *Psychologie der Geschlechtsunterschiede*. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch.

- Billings, A. & Eastman, S. (2002). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in American television coverage of the 2002 summer Olympics. *International review for the sociology of sport*, 37/ (3-4), 351-370.
- Bird, C. (2010). *“Women can’t tell jokes”: a gender ideology in interaction*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Beauvoir, S. (1995). *Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau*. Hamburg: Rowohlt Verlag GmbH.
- Bore, I. (2010). (Un)funny women: TV comedy audiences and the gendering of humour. *European Journal of Cultural Studies*, 13 (2), 139–154. DOI: 10.1177/1367549409352272
- Brugger, H. (2016). *Ich bin so hübsch*. Zürich: Kein & Aber AG
- Butler, J. (1991). *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Budzinski, K. & Hippen, R. (1996). *Metzler Kabarett Lexikon*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler.
- Degele, N. (2008). *Gender / Queer Studies : Eine Einführung*. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Dorer, J. & Klaus, E. (2008). Feministische Theorie in der Kommunikationswissenschaft. In Winter , C., Hepp, A. & Krotz, F. (Hrsg.),. *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft: Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. (91-112). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eagleman, A. (2015). Constructing gender differences: newspaper portrayals of male and female gymnasts at the 2012 Olympic Games. *Sport in Society*, 18 (2), 234-247,

- Eckes, T. (2010). Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In Becker, R. & Kortendiek, B. (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. (178-189). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Egger, M., (2008). *"Ich kann ja schlecht Männerkabarett machen": Vorarlberger Frauen und ihre Kabarettprogramme*. Nicht veröffentlichte Studienabschlussarbeit, Universität Wien, Wien.
- Fabris, H. & Kreuzhuber, H. (1976). *Das internationale Jahr der Frau 1975 und die Darstellung von Frauenthemen in den österreichischen Massenmedien*. Wien: Bundesministerium für soziale Verwaltung.
- Fleischer, M. (1989). *Eine Theorie des Kabarets: Versuch einer Gattungsbeschreibung (an deutschem und polnischem Material)*. Bochum: Universitätsverlag Dr. Norbert Brockmeyer.
- Früh, W. (2011). *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Gaudart, D. (1983). Frau und Medien: Internationale Impulse - nationale Aktivitäten. In Leinfellner, C. *Frau und Berufswelt im österreichischen Fernsehen: Sekundärauswertung zu der im Auftrag des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung durchgeführten Studie über „Das Bild der Frau im österreichischen Fernsehen“*. (5-19). Wien: Bundesministerium für soziale Verwaltung.
- Gilbert, J. R. (2004). *Performing Marginality: Humor, Gender, and Cultural Critique*. Detroit: Wayne State University Press.

Gilardi, F. & Wüest, B. (2017). Newspaper coverage of female candidates during election campaigns: evidence from a structural topic model. *European Conference on Politics and Gender: Annual meeting*, 1-22.

Gleichstellungsplan. (2014). Wien: ORF.

Hagemann-White, C. (1995). Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen aus einer theoretischen Einsicht. In: Pasero, U. & Braun, F. (Hrsg.), *Konstruktion von Geschlecht*. (182-198). Pfaffenweiler: Centaurus Verlagsgesellschaft.

Holtz-Bacha, C. (2007). Zur Einführung: Politikerinnen in den Medien. In Holtz-Bacha, C. & König-Reiling, N. (Hrsg.), *Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen*. (7-16). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hort, R. (2007). *Vorurteile und Stereotype: Soziale und dynamische Konstrukte*. Saarbrücken: VDM.

Huhnke, B. (1996). *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 GmbH.

Kategorie: Kabarettist (Deutschland). (2018). Abgerufen am 21.01.2018 von [https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_\(Deutschland\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_(Deutschland))

Kategorie: Kabarettist (Österreich). (2018). Abgerufen am 21.01.2018 von [https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_\(%C3%96sterreich\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_(%C3%96sterreich))

Kategorie: Kabarettist (Schweiz). (2018). Abgerufen am 21.01.2018 von [https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_\(Schweiz\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kabarettist_(Schweiz))

- Keil, S. (1999). Gibt es Unterschiede im männlichen und weiblichen Journalismus? In Rauch-Kallat, M. (Hrsg.). *Frauen in Spitzenpositionen - das Manko der Medien: Beiträge von JournalistInnen; aktuelle Österreich Studie*. (90-98). Wien: Verlag Carl Überreuter.
- Kinnebrock, S., Dickmeis, E. & Stommel, S. (2012). Gender - Methodologische Überlegungen zu den Tücken einer Kategorie. In Maier, T., Thiele, M. & Linke, C. (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung*. Forschungsperspektiven der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung. (81-98). Bielefeld: transcript Verlag.
- Kirchhoff, S. (2010). Stehen sie ihren Mann? – Genderrepräsentationen in der medialen Darstellung von Soldatinnen. In Thiele, M., Thomas, T. & Virchow, F. (Hrsg.), *Medien – Krieg – Geschlecht: Affirmationen und Irritationen sozialer Ordnungen*. (195-216). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klaus, E. (Hrsg.). (2005). *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung: Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klaus, E. & Drüeke, R. (2010). Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. In Becker, R. & Kortendiek, B. (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. (244-251). Wien: LIT Verlag.
- Kleindienst-Cachay, C. & Heckemeyer, K. (2006). Frauen in Männerdomänen des Sports. In Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht*. (112-124). Schorndorf: Hofmann-Verlag.

- Knaute, C. (1993). *Das Cosmo-Girl - Weibchen oder Karrierefrau : eine Inhaltsanalyse zum Frauenbild im Cosmopolitan*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Koch, T. & Holtz-Bacha, C. (2008). Der Merkel-Faktor – Die Berichterstattung der Printmedien über Merkel und Schröder im Bundestagswahlkampf 2005. In Holtz-Bacha, C. (Hrsg.), *Frauen, Politik und Medien*. (49-70). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lawson, R. & Lutzky, U. (2016). Not getting a word in edgeways? Language, gender, and identity in a British comedy panel show. *Discourse, Context & Media*, 13, 143-153.
- Leinfellner, C. (1983). *Frau und Berufswelt im österreichischen Fernsehen: Sekundärauswertung zu der im Auftrag des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung durchgeführten Studie über „Das Bild der Frau im österreichischen Fernsehen“*. Wien: Bundesministerium für soziale Verwaltung.
- Lünenborg, M. & Maier, T. (2012). Wir bemühen uns die Gesellschaft adäquat abzubilden. Geschlechterkonstruktionen durch den Journalismus. In Lünenborg, M. (Hrsg.), *Ungleich mächtig : das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation*. (173-202). Bielefeld: Transcript-Verlag.
- Lünenborg, M. & Maier, T. (2013). *Gender Media Studies*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Lünenborg, M. & Röser, J. (2012). Geschlecht und Macht in den Medien - ein integratives Forschungsdesign. In Lünenborg, M. (Hrsg.), (2012). *Ungleich mächtig : das*

Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation. (7-36). Bielefeld: Transcript-Verlag.

Macharia, S. (2015). *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*. Toronto: World Association for Christian Communication (WACC).

Magin, M. & Stark, B. (2010). Mediale Geschlechterstereotype: Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. *Publizistik*, 55, 383 – 404. DOI 10.1007/s11616-010-0097-y

Maier, T. & Lünenborg, M. (2012). „Kann der das überhaupt?“. Eine qualitative Textanalyse zum Wandel medialer Geschlechterrepräsentationen. In Lünenborg, M. (Hrsg.), *Ungleich mächtig : das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation.* (65-126). Bielefeld: Transcript-Verlag.

Meuser, M. (2010). Methodologie und Methoden der Geschlechterforschung. In Aulenbacher, B., Meuser, M. & Riegraf, B. (Hrsg.), *Soziologische Geschlechterforschung: Eine Einführung.* (79-102). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Miller, M., Peake, J. & Boulton, B. (2010). Testing the Saturday Night Live Hypothesis: Fairness and Bias in Newspaper Coverage of Hillary Clinton's Presidential Campaign. *Politics & Gender*, 6, 169–198.

Mills, B. & Ralph, S. (2015). 'I Think Women are Possibly Judged More Harshly with Comedy': Women and British Television Comedy Production. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*,. Vol.10(2), 102-117.

- O'Neill, D., Savigny, H. & Cann, V. (2016). Women politicians in the UK press: not seen and not heard?, *Feminist Media Studies*, 16(2), 293-307. DOI: 10.1080/14680777.2015.1092458
- Pallaver, G. & Lengauer, G. (2008). Weibliche Repräsentanz und Media Frames. Politikerinnen in Österreichs Medien. In Dorer, J., Geiger, B. & Köpl, R. (Hrsg.), *Medien — Politik — Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*. (104-123). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pantti, M. (2007). Portraying Politics: Gender, Politik und Medien. In Holtz-Bacha, C. & König-Reiling, N. (Hrsg.), *Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen*. (19-51). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pernegger, M. . (2018). *Pressekonferenz und Studienpräsentation – Frauen vor!: frauen politik medien: Jahresstudie 2017*. Losenstein: MediaAffairs.
- Pfannes, M. (2004). 'Powerfrau', 'Quotenfrau', 'Ausnahmefrau' [...]?: die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse. Marburg: Tectum-Verlag.
- Pfister, G. (2015). Sportswomen in the German popular press: a study carried out in the context of the 2011 Women's Football World Cup. *Soccer & Society*, 16 (5-6), 639-656, DOI: 10.1080/14660970.2014.963314
- Politt, L. (1995). Vorwort. In Roger, M. (Hrsg.), *Front Frauen: 20 Kabarettistinnen legen los*. (151-156). Köln: Kiepenhauer & Witsch.
- Prieler, M. & Centenco, D. (2013). Gender Representation in Philippine Television Advertisements. *Springer Science + Business Media New York*, 276–288, DOI: 10.1007/s11199-013-0301-4

- Prinz, C., (2010). *Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in österreichischen Tageszeitungen Analyse der Berichterstattung zu den Olympischen Winterspielen 2010 in Vancouver und Konsequenzen für die Diskussion mit Schülerinnen und Schülern.* Nicht veröffentlichte Studienabschlussarbeit, Universität Wien, Wien.
- Rauch-Kallat, M. (Hrsg.). (1999). *Frauen in Spitzenpositionen - das Manko der Medien: Beiträge von JournalistInnen; aktuelle Österreich Studie.* Wien: Verlag Carl Überreuter.
- Riegraf, B. (2010). Konstruktion von Geschlecht. In Aulenbacher, B., Meuser, M. & Riegraf, B. (Hrsg.), *Soziologische Geschlechterforschung: Eine Einführung.* (59-78). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Riegraf, B. (2010). Soziologische Geschlechterforschung: Umriss eines Forschungsprogramms. In Aulenbacher, B., Meuser, M. & Riegraf, B. (Hrsg.), *Soziologische Geschlechterforschung: Eine Einführung.* (15-32). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Röser, J. & Müller, K. (2012). Merkel als ‚einsame Spitze‘: Eine quantitative Inhaltsanalyse zum Geschlechterverhältnis von Spitzenkräften in den Medien. In Lünenborg, M. (Hrsg.), *Ungleich mächtig : das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation.* (37-64). Bielefeld: Transcript-Verlag.
- Röser, J. & Wischermann, U. (2010) Medien- und Kommunikationsforschung: Geschlechterkritische Studien zu Medien, Rezeption und Publikum. In Becker, R. & Kortendiek, B. (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie.* (738-743). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Rosenberger, S. (2008). „Herz und Verstand“ Frauenimage im österreichischen Bundespräsidentenwahlkampf 2004. In Dorer, J., Geiger, B. & Köpl, R. (Hrsg.), *Medien — Politik — Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*. (91-103). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ross, K. & Carter, C. (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, 33 (8), 1148-1165.
- Rulofs, B. (2003). *Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999*. Köln: Afra Verlag.
- Rulofs, B. & Hartmann-Tews, I. (2006). Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht in der medialen Vermittlung von Sport. In Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht*. (66-78). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Sandberg, S. (2013). *Lean in. Frauen und der Wille zum Erfolg*. Berlin: Econ.
- Scheithauer, I. (1999). Die „gläserne Decke“ im internationalen Vergleich - Beispiel Deutschland. In Rauch-Kallat, M. (Hrsg.). *Frauen in Spitzenpositionen - das Manko der Medien: Beiträge von JournalistInnen; aktuelle Österreich Studie*. (44-58). Wien: Verlag Carl Überreuter.
- Schmerl, C. (1985). Die öffentliche Inszenierung der Geschlechtscharaktere - Berichterstattung über Frauen und Männer in der deutschen Presse. In: Schmerl, C. (Hrsg.). *In die Presse geraten. Die Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien*. (7-52). Köln, Wien: Böhlau. 1985.
- Schmerl, C. (2002). »Tais-toi et sois belle!«: 20 Jahre Geschlechterinszenierung in fünf westdeutschen Printmedien. *Publizistik*, 47 (4), 388-411.

- Schmidinger, D. (1998). *Raus damit! Bulimie: ein autobiographischer Ratgeber*. Wien: Verlag Orac im Verlag Kremayr & Scheriau.
- Semetko, H. & Boomgaarden, H. (2007). Reporting Germany's 2005 Bundestag Election Campaign: Was Gender an Issue? *Harvard International Journal of Press/Politics*, 12 (4), 154-171. DOI: 10.1177/1081180X07307383
- Sexl, M. (2004). *Einführung in die Literaturtheorie*. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Steinem, G. (2016). *My life on the road*. München: btb.
- Stokowski, M.(2016). *Untenrum frei*. Hamburg: Rowohlt Verlag GmbH.
- Vesely, C., (2007). *Lachen über Frauen : Rolle und Funktion der Frau im Wiener Kabarett der Nachkriegszeit*. Nicht veröffentlichte Studienabschlussarbeit, Universität Wien, Wien.
- Weiderer, M. (1993). *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von ARD, ZDF und RTL plus*. Regensburg: S. Roderer Verlag.
- Westle, B. & Bieber, I. (2009). Wahlkampf der Geschlechter? Inhaltsanalyse von Printmedien im Bundestagswahlkampf 2005. In: Kühnel, S., Niedermayer, O. & Westle, B. (Hrsg.), *Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten*. (166-197). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wetterer, A. (1995). Das Geschlecht (bei) der Arbeit: Zur Logik der Vergeschlechtlichung von Berufsarbeit. In: Pasero, U. & Braun, F. (Hrsg.), *Konstruktion von Geschlecht*. (199-223). Pfaffenweiler: Centaurus Verlagsgesellschaft.

Wetterer, A. (2006). Von Frauen- zur Geschlechterforschung? Kontinuitäten, Ausdifferenzierungen und Perspektivenwechsel. In Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht*. (66-78). Schorndorf: Hofmann-Verlag.

Who makes the news? Austria: Global Media Monitoring Project 2015. National Report. (2015). London: World Association for Christian Communication (WACC).

Wolf, B. (2008). Geschlechterdarstellung in den Nachrichten: Monitoring, Quoten und Befunde. In Dorer, J., Geiger, B. & Köpl, R. (Hrsg.), *Medien — Politik — Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*. (66-78). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

18 Anhang

1 Codebuch

2 Kategorienschema

3 SPSS Ergebnisse

4 Mails Kabarettistinnen

Codebuch

„Warum der Witz männlich ist: eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von KabarettistInnen in ausgewählten österreichischen Printmedien“

„Der Codiervorgang beginnt mit dem vollständigen Lesen eines jeden Artikels.“ (Freudenstein, 2010, S. 11).

Die Quelle von Zitaten, die hier im Codebuch zur besseren Lesbarkeit nicht angegeben sind, finden sich im Hauptteil der Masterarbeit.

1. Formale Codiereinheiten

V0 Laufende Nummer

Hier ist jeder Artikel mit einer laufenden Nummer zu versehen.

V1 Medium

Hier wird die Quelle des jeweiligen Artikels festgehalten. Dabei kann zwischen sechs Ausprägungen unterschieden werden:

- 1 Die ganze Woche
- 2 News
- 3 TV Media
- 4 Woman

V2 Erscheinungsdatum

Erscheinungsdatum der Quelle im Format TT.MM.JJJJ als Freitext eintragen (→ „01.04.2017“ bei 1. April, „11.05.2017“ bei 11. Mai).

V3 Titel

Wie lautet der Titel des Artikels.

V4 Seite

Auf welcher Seite wurde der Artikel veröffentlicht?

Achtung: Erste Seitenzahl festhalten bei Artikeln, die über mehrere Seiten gehen.

V5 Relevanz

Der Artikel muss eine ‚personenorientierte Darstellung‘, also beschreibende Aussagen und Sätze bezüglich eines Menschen enthalten. Dazu muss es kein Porträt sein, sondern der Artikel kann auch ein Sachthema haben. „Entscheidend ist, dass der Beitrag nicht rein das Ereignis fokussiert, sondern (auch) die Person selbst, ihr Auftreten oder ihre individuellen Fähigkeiten zum Gegenstand der Berichterstattung werden.“ Nicht untersucht werden sollen demnach beispielsweise Veranstaltungsankündigungen, kurze Ankündigungen des Fernsehprogramms, allgemeine Berichterstattung über Kabarettfestivals, reine Inhaltsangaben von Filmen oder Kabarettprogrammen oder ähnliches. Auch wenn nur kurz erwähnt wird, dass ein/e KabarettistIn in einer Talkshow zu Gast ist, ist dies nicht relevant. Ist der Artikel nicht relevant, dann wird die Codierung dieses Artikels nach dieser Variable abgebrochen - die restlichen Felder dürfen frei bleiben.

(1) Liegt der Fokus des Artikels hauptsächlich auf einer/einem KabarettistIn?

(2) Kam der Artikel in der Stichprobe schon einmal vor?

0 Nicht relevant

1 Relevant

Bei Artikeln, die mit 0 *Nicht relevant* codiert werden, endet die Analyse nach V5.

V6 Wortanzahl

Mit dieser Variable wird die Länge eines Artikels über dessen Wortanzahl festgehalten. Der jeweilige gesamte Artikel (inklusive allen Überschriften) wird in ein Word-Dokument kopiert und die Anzahl der Wörter mittels der Funktion „Wörter zählen“ unter „Extras“ eruiert. Diese Information wird im Zahlenformat eingegeben. Die Wortanzahl wird nicht händisch überprüft oder gezählt.

2. Inhaltliche Codiereinheiten

V8 Geschlecht HauptakteurIn

„Im Fall von reinen Frauen- oder Männer-Berichten entspricht die Analyseeinheit einem Artikel, im Fall von gemischten Berichten wird der Bericht in zwei Analyseeinheiten (Texteinheiten) aufgeteilt.“ „Enthielt ein Bericht sowohl Informationen über Frauen als auch über Männer, wurde er einmal unter Frauenberichterstattung und einmal unter Männerberichterstattung erfasst.“ Wird mit 3 *Beides/kollektive Akteure* codiert, wird beginnt die Codierung von V8 wiederholt, weil nur mit 1 *Männlicher Hauptakteur* oder 2 *Weibliche Hauptakteurin* weitergearbeitet werden kann. Pro Artikel können maximal drei HauptakteurInnen festgelegt werden. Dies sollen jene sein, auf welche sich der größte anteilige Prozentsatz der Wörter eines Artikels bezieht.

- 1 Männlicher Hauptakteur
- 2 Weibliche Hauptakteurin
- 3 Beides/kollektive HauptakteurInnen

V9 Name HauptakteurIn

Der Name des Hauptakteurs/der Hauptakteurin wird im Format Vorname Nachname als Freitext eintragen (→ Thomas Maurer).

Allgemeines gilt für V10a bis V10x

Ein Thema soll codiert werden, „wenn das spezielle Thema in zusammenhängenden Sätzen in der Texteinheit behandelt wird oder an mehreren Stellen kurz erwähnt wird.“ Mehrfachnennungen sind hier möglich.

V10a Soziales

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: ehrenamtliches Engagement für Schutzbedürftige, Flüchtlinge, Armut ...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10b Gesundheit

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Entgiftungskur, Verletzungen, Angstzustände, Panikattacken, Depressionen, Alkoholsucht, Bodybuilding, Medizin, Entspannung...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10c Bildung

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10d Familie

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kinder, Kindererziehung, Eltern...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10e Geschlechtergleichstellung

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10f Partnerschaft/Ehe

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10g Haushalt

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Washtag, mit wem wohnt er/sie, Kochen, Hausbau, Lebensmittel einkaufen, Essen...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10h Mode

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Falten, Idealmaße, Schönheitswahn...

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10i Kultur

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kino, AutorInnen, Literatur, Musik, Theater...

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10j Verbraucherfragen

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10k Umwelt

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Klimawandel, Naturforschung, Bio-Produkte...

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10l Sexualität

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Homosexualität, Orgasmus, Erotik...

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10m Wirtschaft

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Wirtschaftskrise, Handel, Werbung, Arbeitslose, Kapitalismus...

0 Thema *nicht* erwähnt

1 Thema erwähnt

V10n Sport

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10o Beruf

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kabarettprogramme, berufliche Projekte...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10p Politik

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Regierung, Populismus, Demokratie, MinisterInnen, KanzlerInnen, PräsidentInnen...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10q Finanzen

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: wirtschaftliche Einschränkungen, Geld...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10r Wissenschaft

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Sonnenfinsternis, Naturwissenschaft...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10s Militär

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Krieg, Eurofighter, Bundesheer...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10t Verbrechen

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Terror, Kriminelles...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10u Technik

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Handy, Schreibmaschine, Google, Social Media, YouTube...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10v Religion

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Islam, Kirche, christlich...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10w Medien

Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: ORF...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10x Prominente

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V10y Männer - und Frauenspezifische Themen

Hier soll angegeben werden, ob die erwähnten Themen frauen- oder männerspezifisch waren. Bei V10a bis V10l, sowie V10x handelt es sich um frauenspezifische Themen. Die männerpezifischen Themen befinden sich von V10m bis V10u. Die Themen V10v und V10w sind weder männer - noch frauenspezifisch.

- 0 Kein männer - oder frauenspezifisches Thema
- 1 Mehr männerpezifische Themen
- 2 Mehr frauenspezifische Themen
- 3 Gleichviel männer - *und* frauenspezifische Themen

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein

Wird das Frau-sein beziehungsweise Mann-sein nicht erwähnt, soll hier *Nein* codiert werden.

Wenn das Frau-sein beziehungsweise Mann-sein erwähnt wird, soll hier *Ja* codiert werden.

“Als manifeste Thematisierungen von „Geschlecht“ sind hier solche Aussagen definiert, in denen explizit auf das Faktum des Frau- oder Mann-Seins Bezug genommen wird, auf die Bedeutung des Geschlechts für“ die Arbeit als KabarettistIn „sowie auf Positionen ... in Fragen der Geschlechtergleichberechtigung und –gleichstellung“. Eine Aussage kann nach „ein einzelnes Wort, ein Satzteil, ein ganzer Satz oder ein Abschnitt eines Medientextes“ sein. Es wäre zum Beispiel folgende Frage des Interviewenden an eine Kabarettistin denkbar: „Wie empfinden Sie die Arbeit als Frau in der doch sehr männlich dominierten Kabarettszene?“

Hier wird das Frau-sein explizit hervorgehoben, was dann auch als *Frau- oder Mann sein erwähnt* codiert werden muss. In der Folge gilt auch die Erwähnung der Geschlechtergleichstellung als *Frau- oder Mann sein erwähnt*.

- 0 Frau- oder Mann-sein *nicht* erwähnt
- 1 Frau- oder Mann-sein erwähnt

Allgemeines gilt für V12a bis V12g

Hier geht es um verschiedene Dinge aus dem Privatleben der HauptakteurInnen.

V12a Alter

- 0 Alter *nicht* erwähnt
- 1 Alter erwähnt

V12b Familie

Das Thema Familie kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Eltern, Geschwister, Kinder...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12c Familienstand

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12d Liebe/Partnerschaft

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12e FreundInnen

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12f Freizeit/Urlaub/Hobbies

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12g Sonstiges

Sonstiges kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise folgende Dinge vorkommen:
Vollrausch, Magersucht...

- 0 Thema *nicht* erwähnt
- 1 Thema erwähnt

V12h Erwähnung Privatleben

Hier soll angegeben werden, ob und in welchem Ausmaß das Privatleben erwähnt wurden.

Das Privatleben gilt als erwähnt, wenn bei den Variablen V12a bis V12g 1 codiert wurde.

- 0 Privatleben nicht erwähnt
- 1 Privatleben kurz erwähnt (max. 3 private Themen werden erwähnt)
- 2 Privatleben besonders herausgearbeitet (mehr als 3 private Themen werden erwähnt beziehungsweise, wenn der Fokus des Artikels ein privates Thema ist)

V13a Erwähnte Eigenschaften

Da die explizite Nennung der Eigenschaften eher selten ist, sollen auch Umschreibungen der Eigenschaften gewertet werden.

Stereotype maskuline Eigenschaften	
• anmaßend • abenteuerlustig¹ • aggressiv¹ • aktiv • dominant¹ • egoistisch • ehrgeizig • einfallsreich • emotionslos • entschlossen • erfinderisch • ergreift die Initiative • ernsthaft • faul • fortschrittlich • grausam • grob • hartherzig • klar denkend • kräftig¹ • kühn¹ • laut	• logisch denkend • maskulin¹ • mutig • opportunistisch • rational • realistisch • robust¹ • selbstbewusst • selbstherrlich¹ • stark¹ • streng • stur • tatkräftig • unabhängig¹ • überheblich • unbekümmert • unerschütterlich • unnachgiebig¹ • unordentlich • unternehmungslustig¹ • weise
Stereotype feminine Eigenschaften	
• abergläubisch • abhängig • affektiert • attraktiv • charmant • einfühlsam¹ • emotional • feminin¹ • furchtsam • gefühlvoll¹	• geschwätzig • liebevoll¹ • milde • neugierig • schwach • sanft • sexy • träumerisch¹ • unterwürfig¹ • weichherzig

¹ Diese Eigenschaften wurden übereinstimmend in allen (25) oder fast allen (24) Nationen als typisch männlich bzw. weiblich bezeichnet.

- 0 Keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft
- 1 Mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften
- 2 Mehr stereotyp-feminine Eigenschaften
- 3 Gleich viele stereotyp-maskuline *und* stereotyp-feminine Eigenschaften

V13b Zitat der erwähnten Eigenschaften

Wörtliches Zitat der Äußerung.

V14a Beschreibung Aussehen

Wird das Äußere der/des KabarettistIn in keiner Form beschrieben, muss „Aussehen nicht beschrieben“ codiert werden. Das Aussehen kann als erwähnt codiert werden, wenn eines der folgenden Dinge erwähnt wird:

- Figur, Statur (z.B.: mollig, groß, klein aber oho)
- Styling (Haare/Frisur/Bart/Schminke)
- Kleidung/Mode/Schmuck/Accessoires und andere modische Aspekte

- Mimik/Gestik
- Bewertung des Aussehens/der Attraktivität (z.B.: fescche Wienerin, gut aussehender Herr)
- Sonstiges (alle anderen Beschreibungen des Aussehens)

- 0 Aussehen nicht beschrieben
- 1 Aussehen kurz beschrieben
- 2 Aussehen besonders herausgearbeitet

V14b Zitat Äußerung Aussehen

Wörtliches Zitat der Äußerung.

V15 Interview

Hier soll codiert werden, ob es sich um ein Interview handelt oder ob der oder die KabarettistIn in anderer Form direkt zu Wort kommt.

- 0 AkteurIn wird nicht interviewt/zitiert
- 1 Interview
- 2 Wörtliche Zitate des Hauptakteurs/der Hauptakteurin

3. Literatur

Freudenstein, A. (2010). *Die Machtphysikerin gegen den Medienkanzler : der Gender-Aspekt in der Wahlkampfberichterstattung über Angela Merkel und Gerhard Schröder*. Frankfurt: Peter Lang GmbH.

Kategorienschema

„Warum der Witz männlich ist: eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von KabarettistInnen in ausgewählten österreichischen Printmedien“

Kategorie	Ausprägung der Variable	Wert	Ankerbeispiele/Beschreibung
Laufende Nummer			
Medium	Die ganze Woche	1	
	News	2	
	TV Media	3	
	Woman	4	
Erscheinungsdatum			Format: TT.MM.JJJJ
Titel			
Seite			
Relevanz	Nicht relevant	0	Der Artikel enthält keine ‚personenorientierte Darstellung‘, also beschreibende Aussagen und Sätze bezüglich eines Menschen
	Relevant	1	Der Artikel enthält eine ‚personenorientierte Darstellung‘, also beschreibende Aussagen und Sätze bezüglich eines Menschen
Wortanzahl			
Geschlecht HauptakteurIn	Männlicher Hauptakteur	1	
	Weibliche Hauptakteurin	2	
	Beides/kollektive	3	Enthält ein Bericht sowohl Informationen über Frauen als auch über Männer, wird er einmal unter

	HauptakteurInnen		Frauenberichterstattung und einmal unter Männerberichterstattung erfasst. Pro Artikel können also maximal zwei HauptakteurInnen festgelegt werden. Wenn mehrere AkteurInnen ungefähr gleich viel Raum einnehmen, wird der/die Erste von mehreren AkteurInnen als HauptakteurIn codiert.
Name HauptakteurIn			Format: Vorname Nachname
Soziales	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: ehrenamtliches Engagement für Schutzbedürftige, Flüchtlinge, Armut ...
Gesundheit	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Entgiftungskur, Verletzungen, Angstzustände, Panikattacken, Depressionen, Alkoholsucht, Bodybuilding, Medizin, Entspannung...
Bildung	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Familie	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kinder, Kindererziehung, Eltern...
Geschlechtergleichstellung	Thema nicht erwähnt	0	

	Thema erwähnt	1	
Partnerschaft/ Ehe	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Haushalt	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Washtag, mit wem wohnt er/sie, Kochen, Hausbau, Lebensmittel einkaufen, Essen...
Mode	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Falten, Idealmaße, Schönheitswahn...
Kultur	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kino, AutorInnen, Literatur, Musik, Theater...
Verbraucher- fragen	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Umwelt	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge

			vorkommt: Klimawandel, Naturforschung, Bio-Produkte...
Sexualität	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Homosexualität, Orgasmus, Erotik...
Wirtschaft	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Wirtschaftskrise, Handel, Werbung, Arbeitslose, Kapitalismus...
Sport	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Beruf	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Kabarettprogramme, berufliche Projekte...
Politik	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Regierung, Populismus, Demokratie, MinisterInnen, KanzlerInnen, PräsidentInnen...
Finanzen	Thema nicht erwähnt	0	

	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: wirtschaftliche Einschränkungen, Geld...
Wissenschaft	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Sonnenfinsternis, Naturwissenschaft...
Militär	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Krieg, Eurofighter, Bundesheer...
Verbrechen	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Terror, Kriminelles...
Technik	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Handy, Schreibmaschine, Google, Social Media, YouTube...
Religion	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Islam, Kirche, christlich...

Medien	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: ORF...
Prominente	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Männer - und Frauenspezifische Themen	Kein männer - oder frauenspezifisches Thema	0	
	Männerpezifische Themen	1	Die männerpezifischen Themen befinden sich von V10m bis V10u..
	Frauenspezifische Themen	2	Bei V10a bis V10l, sowie V10x handelt es sich um frauenspezifische Themen.
	Gleichviel Männer - und frauenspezifische Themen	3	
Erwähnung Frau-sein/Mann-sein	Frau- oder Mann-sein <i>nicht</i> erwähnt	0	
	Frau- oder Mann-sein erwähnt	1	Als manifeste Thematisierungen von „Geschlecht“ sind hier solche Aussagen definiert, in denen explizit auf das Faktum des Frau- oder Mann-Seins Bezug genommen wird, auf die Bedeutung des Geschlechts für“ die Arbeit als KabarettistIn „sowie auf Positionen ... in Fragen der Geschlechtergleichberechtigung und –gleichstellung“.

Alter	Alter nicht erwähnt	0	
	Alter erwähnt	1	
Familie	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Das Thema Familie kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise eines der folgenden Dinge vorkommt: Eltern, Geschwister, Kinder...
Familienstand	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Liebe/ Partnerschaft	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
FreundInnen	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Freizeit/Urlaub/ Hobbies	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	
Sonstiges	Thema nicht erwähnt	0	
	Thema erwähnt	1	Sonstiges kann als erwähnt codiert werden, wenn beispielsweise folgende Dinge vorkommen: Vollrausch, Magersucht...
Erwähnung	Privatleben nicht	0	

Privatleben	erwähnt		
	Privatleben kurz erwähnt	1	max. 3 private Themen werden erwähnt
	Privatleben besonders herausgearbeitet	2	mehr als 3 private Themen werden erwähnt beziehungsweise, wenn der Fokus des Artikels ein privates Thema ist
Erwähnte Eigenschaften	Keine stereotyp-maskuline oder stereotyp-feminine Eigenschaft erwähnt	0	

Mehr stereotyp-maskuline Eigenschaften	1	Stereotype maskuline Eigenschaften • anmaßend • abenteuerlustig¹ • aggressiv¹ • aktiv • dominant¹ • egoistisch • ehrgeizig • einfallsreich • emotionslos • entschlossen • erfinderisch • ergreift die Initiative • ernsthaft • faul • fortschrittlich • grausam • grob • hartherzig • klar denkend • kräftig¹ • kühn¹ • laut • logisch denkend • maskulin¹ • mutig • opportunistisch • rational • realistisch • robust¹ • selbstbewusst • selbstherrlich¹ • stark¹ • streng • stur • tatkräftig • unabhängig¹ • überheblich • unbekümmert • unerschütterlich • unnachgiebig¹ • unordentlich • unternehmungslustig¹ • weise
Mehr stereotyp-feminine Eigenschaften	2	Stereotype feminine Eigenschaften • abergläubisch • abhängig • affektiert • attraktiv • charmant • einfühlsam¹ • emotional • feminin¹ • furchtsam • gefühlvoll¹ • geschwätzig • liebevoll¹ • milde • neugierig • schwach • sanft • sexy • träumerisch¹ • unterwürfig¹ • weichherzig
Gleich viele stereotyp-maskuline <i>und</i> stereotyp-feminine	3	

	Eigenschaften		
Zitat der erwähnten Eigenschaften			Wörtliches Zitat der Äußerung.
Beschreibung Aussehen	Aussehen nicht beschrieben	0	
	Aussehen kurz beschrieben	1	• Figur, Statur (z.B.: mollig, groß, klein aber oho) • Styling (Haare/Frisur/Bart/Schminke) • Kleidung/Mode/Schmuck/Accessoires und andere modische Aspekte • Mimik/Gestik • Bewertung des Aussehens/der Attraktivität (z.B.: fesche Wienerin, gut aussehender Herr) • Sonstiges (alle anderen Beschreibungen des Aussehens)
	Aussehen besonders herausgearbeitet	2	
	Nicht feststellbar		
Zitat Äußerung Aussehen			Wörtliches Zitat der Äußerung.
Interview	AkteurIn wird nicht interviewt/zitiert	0	
	Interview	1	
	Wörtliche Zitate des Hauptakteurs/der Hauptakteurin	2	

DESCRIPTIVES VARIABLES=V1Medium V2ErscheinungsdatumV4Seite V5Relevanz V6Wortanzahl
V8GeschlechtHauptakteurInV10aSoziales V10bGesundheit V10cBildung V10dFamilie
V10eGeschlechtergleichstellungV10fPartnerschaftV10gHaushalt V10hMode
V10iKultur
V10jVerbraucherfragenV10kUmwelt V10lSexualität V10mWirtschaft V10nSport V10oBeruf V10pPolitik
V10qFinanzen V10rWissenschaft V10sMilitär V10tVerbrechenV10uTechnik V10vReligion V10wMedien
V10xProminenteV10yMännerundFrauenspezifischeThemenV11ErwähnungFrauseinMannsein V12aAlter
V12bFamilie V12cFamilienstandV12dLiebe V12eFreunde V12fFreizeit V12gSonstiges
V12hErwähnungPrivatlebenV13aErwähnteEigenschaftenV14aBeschreibungAussehen V15Interview
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Deskriptive Statistik

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		21-JUL-2018 15:33:50
Kommentare		
Eingabe	Daten	C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als Fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Alle nicht fehlenden Daten werden verwendet.

Anmerkungen

Syntax		DESCRIPTIVES VARIABLES=V1Medium V2Erscheinungsdatum V4Seite V5Relevanz V6Wortanzahl V8GeschlechtHauptakteur In V10aSoziales V10bGesundheit V10cBildung V10dFamilie V10eGeschlechtergleichstellung V10fPartnerschaft V10gHaushalt V10hMode V10iKultur V10jVerbraucherfragen V10kUmwelt V10lSexualität V10mWirtschaft V10nSport V10oBeruf V10pPolitik V10qFinanzen V10rWissenschaft V10sMilitär V10tVerbrechen V10uTechnik V10vReligion V10wMedien V10xProminente V10yMännerundFrauenspezifischeThemen V11ErwähnungFrauseinMannsein V12aAlter V12bFamilie V12cFamilienstand V12dLiebe V12eFreunde V12fFreizeit V12gSonstiges V12hErwähnungPrivatleben V13aErwähnteEigenschaften V14aBeschreibungAussehen V15Interview /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,08

Deskriptive Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
V1 Medium	384	1	4	2,60	,871
V2 Erscheinungsdatum	384	04-JAN-17	27-DEC-17	30-JUN-17	105 00:11:4...
V4 Seite	384	0	292	77,40	55,044
V5 Relevanz	384	0	1	,34	,473
V6 Wortanzahl	129	48,0	2508,0	1119,891	620,9359
V8 Geschlecht HauptakteurIn	129	1	3	1,71	,842
V10a Soziales	97	0	1	,11	,319
V10b Gesundheit	97	0	1	,19	,391
V10c Bildung	97	0	1	,03	,174
V10d Familie	97	0	1	,40	,493
V10e Geschlechtergleichstellung	97	0	1	,11	,319
V10f Partnerschaft	97	0	1	,37	,486
V10g Haushalt	97	0	1	,21	,407
V10h Mode	97	0	1	,10	,306
V10i Kultur	97	0	1	,13	,342
V10j Verbraucherfragen	97	0	1	,01	,102
V10k Umwelt	97	0	1	,08	,277
V10l Sexualität	97	0	1	,10	,306
V10m Wirtschaft	97	0	1	,10	,306
V10n Sport	97	0	1	,13	,342
V10o Beruf	97	0	1	,74	,440
V10p Politik	97	0	1	,35	,480
V10q Finanzen	97	0	1	,09	,292
V10r Wissenschaft	97	0	1	,03	,174
V10s Militär	97	0	1	,11	,319
V10t Verbrechen	97	0	1	,02	,143
V10u Technik	97	0	1	,07	,260
V10v Religion	97	0	1	,09	,292
V10w Medien	97	0	1	,14	,353
V10x Prominente	97	0	3	,06	,348
V10y Männer - und Frauenspezifische Themen	97	0	3	1,89	,815
V11 Erwähnung Frau- sein/Mann-sein	97	0	1	,16	,373
V12a Alter	97	0	1	,81	,391

Deskriptive Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
V12b Familie	97	0	1	,40	,493
V12c Familienstand	97	0	1	,24	,428
V12d Liebe	97	0	1	,37	,486
V12e Freunde	97	0	1	,03	,174
V12f Freizeit	97	0	1	,33	,473
V12g Sonstiges	97	0	1	,02	,143
V12h Erwähnung Privatleben	97	0	2	1,11	,557
V13a Erwähnte Eigenschaften	97	0	3	,57	,865
V14a Beschreibung Aussehen	97	0	2	,28	,554
V 15 Interview	97	0	2	1,21	,721
Gültige Werte (Listenweise)	97				

```

FREQUENCIES VARIABLES=V1Medium
  /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE
  /PIECHART=FREQ
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		21-JUL-2018 15:34:33
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V1Medium /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /PIECHART FREQ /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:01,31
	Verstrichene Zeit	00:00:00,77

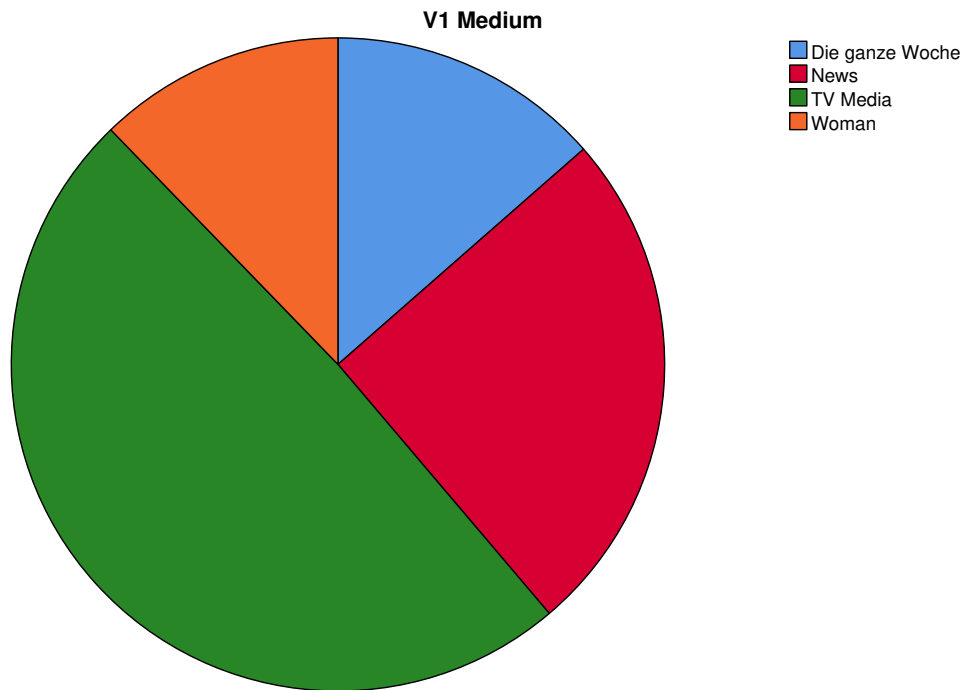
Statistiken

V1 Medium

N	Gültig	384
	Fehlend	0
Mittelwert		2,60
Median		3,00
Modus		3
Std.-Abweichung		,871

V1 Medium

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Die ganze Woche	52	13,5	13,5	13,5
	News	97	25,3	25,3	38,8
	TV Media	188	49,0	49,0	87,8
	Woman	47	12,2	12,2	100,0
	Gesamt	384	100,0	100,0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=V8GeschlechtHauptakteurIn
  /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE
  /PIECHART FREQ
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		21-JUL-2018 16:02:37
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V8GeschlechtHauptakteurIn /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /PIECHART FREQ /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,59
	Verstrichene Zeit	00:00:00,52

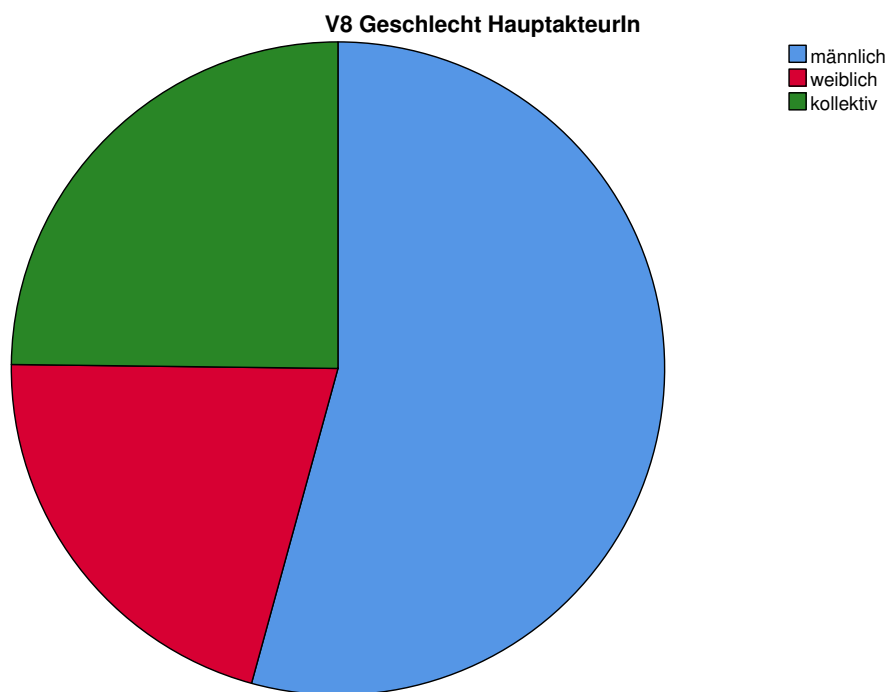
Statistiken

V8 Geschlecht HauptakteurIn

N	Gültig	129
	Fehlend	255
Mittelwert		1,71
Median		1,00
Modus		1
Std.-Abweichung		,842

V8 Geschlecht Hauptakteurln

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	männlich	70	18,2	54,3	54,3
	weiblich	27	7,0	20,9	75,2
	kollektiv	32	8,3	24,8	100,0
	Gesamt	129	33,6	100,0	
Fehlend	999	255	66,4		
Gesamt		384	100,0		



Anmerkungen

Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 15:43:52
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10yMännerundFrauenspezifischeThemen BY V8GeschlechtHauptakteurIn /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,05
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 15:50:23
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V11Erwähnung FrauseinMannsein BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,05
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

```

USE ALL.
COMPUTE filter_$=(V5Relevanz = 1).
VARIABLE LABELS filter_$ 'V5Relevanz = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

```

```

FORMATS filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.

```

```

CROSSTABS
  /TABLES=V5Relevanz BY V1Medium
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ PHI
  /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID
  /COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		26-JUL-2018 10:03:34
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V5Relevanz BY V1Medium /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,02
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V5 Relevanz * V1 Medium	384	100,0%	0	0,0%	384	100,0%

V5 Relevanz * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium		
			Die ganze Woche	News	TV Media
V5 Relevanz	nicht relevant	Anzahl	25	53	162
		% innerhalb von V1 Medium	48,1%	54,6%	86,2%
		Korrigierte Residuen	-3,0	-2,8	8,0
	relevant	Anzahl	27	44	26
		% innerhalb von V1 Medium	51,9%	45,4%	13,8%
		Korrigierte Residuen	3,0	2,8	-8,0
Gesamt	Anzahl		52	97	188
	% innerhalb von V1 Medium		100,0%	100,0%	100,0%

V5 Relevanz * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium	
			Woman	Gesamt
V5 Relevanz	nicht relevant	Anzahl	15	255
		% innerhalb von V1 Medium	31,9%	66,4%
		Korrigierte Residuen	-5,3	
	relevant	Anzahl	32	129
		% innerhalb von V1 Medium	68,1%	33,6%
		Korrigierte Residuen	5,3	
Gesamt	Anzahl	47	384	
	% innerhalb von V1 Medium	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	71,834 ^a	3	,000
Likelihood-Quotient	74,608	3	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	3,135	1	,077
Anzahl der gültigen Fälle	384		

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 15,79.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,433	,000
	Cramer-V	,433	,000
Anzahl der gültigen Fälle		384	

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		26-JUL-2018 10:43:00
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V6Wortanzahl BY V1Medium /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,11
	Verstrichene Zeit	00:00:00,16
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

```

ONEWAY V6Wortanzahl BY V1Medium
  /STATISTICS DESCRIPTIVES
  /MISSING ANALYSIS.

```

Univariat

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		26-JUL-2018 10:51:38
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken für jede Analyse basieren auf den Fällen, die für keine Variable in der Analyse fehlende Daten aufweisen.
Syntax		ONEWAY V6Wortanzahl BY V1Medium /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,02
	Verstrichene Zeit	00:00:00,02

ONEWAY deskriptive Statistiken

V6 Wortanzahl

	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Std.-Fehler	95%- Konfidenzinterv.. Untergrenze
Die ganze Woche	27	820,778	561,1843	108,0000	598,781
News	44	1369,568	639,7163	96,4409	1175,077
TV Media	26	738,654	282,5323	55,4091	624,537
Woman	32	1338,719	598,4160	105,7860	1122,967
Gesamt	129	1119,891	620,9359	54,6704	1011,717

ONEWAY deskriptive Statistiken

V6 Wortanzahl

	95%- Konfidenzinterval...	Minimum	Maximum
	Obergrenze		
Die ganze Woche	1042,775	81,0	1704,0
News	1564,060	48,0	2508,0
TV Media	852,771	171,0	1041,0
Woman	1554,471	120,0	2317,0
Gesamt	1228,066	48,0	2508,0

Einfaktorielle ANOVA

V6 Wortanzahl

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	10469782,67	3	3489927,555	11,220	,000
Innerhalb der Gruppen	38882079,82	125	311056,639		
Gesamt	49351862,48	128			

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		26-JUL-2018 11:10:22
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.

Anmerkungen

Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=V15Interview w /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN MODE...	
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,05
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03

FREQUENCIES VARIABLES=V6Wortanzahl
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
/ORDER=ANALYSIS.

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		26-JUL-2018 11:22:28
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V6Wortanzahl /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,02
	Verstrichene Zeit	00:00:00,02

Statistiken

V6 Wortanzahl

N	Gültig	129
	Fehlend	255
Mittelwert		1119,891
Median		1225,000
Modus		908,0 ^a
Std.-Abweichung		620,9359
Varianz		385561,426
Minimum		48,0
Maximum		2508,0

a. Mehrere Modi vorhanden. Der kleinste Wert wird angezeigt.

```
FREQUENCIES VARIABLES=V15Interview
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN MODE
/ORDER=ANALYSIS.
```

Häufigkeiten

Statistiken

V 15 Interview

N	Gültig	97
	Fehlend	287
Mittelwert		1,21
Median		1,00
Modus		1
Std.-Abweichung		,721
Varianz		,520

V 15 Interview

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	AkteurIn wird nicht interviewt/zitiert	17	4,4	17,5	17,5
	Interview	43	11,2	44,3	61,9
	Wörtliche Zitate des Hauptakteurs/der Hauptakteruin	37	9,6	38,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

CROSSTABS

/TABLES=V8GeschlechtHauptakteurInBY V1Medium

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		29-JUL-2018 13:01:46
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V8GeschlechtHauptakteurIn BY V1Medium /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,05
	Verstrichene Zeit	00:00:00,05
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V8 Geschlecht HauptakteurIn * V1 Medium	129	33,6%	255	66,4%	384	100,0%

V8 Geschlecht HauptakteurIn * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium	
			Die ganze Woche	News
V8 Geschlecht HauptakteurIn	männlich	Anzahl	14	27
		% innerhalb von V1 Medium	51,9%	61,4%
		Korrigierte Residuen	-,3	1,2
	weiblich	Anzahl	8	6
		% innerhalb von V1 Medium	29,6%	13,6%
		Korrigierte Residuen	1,2	-1,5
	kollektiv	Anzahl	5	11
		% innerhalb von V1 Medium	18,5%	25,0%
		Korrigierte Residuen	-,9	,0
Gesamt		Anzahl	27	44
		% innerhalb von V1 Medium	100,0%	100,0%

V8 Geschlecht HauptakteurIn * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium		
			TV Media	Woman	Gesamt
V8 Geschlecht HauptakteurIn	männlich	Anzahl	15	14	70
		% innerhalb von V1 Medium	57,7%	43,8%	54,3%
		Korrigierte Residuen	,4	-1,4	
	weiblich	Anzahl	5	8	27
		% innerhalb von V1 Medium	19,2%	25,0%	20,9%
		Korrigierte Residuen	-,2	,7	
	kollektiv	Anzahl	6	10	32
		% innerhalb von V1 Medium	23,1%	31,3%	24,8%
		Korrigierte Residuen	-,2	1,0	
Gesamt		Anzahl	26	32	129
		% innerhalb von V1 Medium	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,528 ^a	6	,606
Likelihood-Quotient	4,590	6	,597
Zusammenhang linear-mit-linear	1,046	1	,306
Anzahl der gültigen Fälle	129		

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,44.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,187	,606
	Cramer-V	,132	,606
Anzahl der gültigen Fälle		129	

```

/CHISQUARE=V8GeschlechtHauptakteurIn
/EXPECTED=EQUAL
/MISSING ANALYSIS.

```

Nichtparametrische Tests

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		21-AUG-2018 13:26:25
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Verarbeitung fehlender Werte	Definition von fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken für alle Tests basieren auf allen Fällen mit gültigen Daten für die in den Tests verwendete(n) Variable(n) .
Syntax		NPAR TESTS /CHISQUARE=V8GeschlechtHauptakteurIn /EXPECTED=EQUAL /MISSING ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,00
	Verstrichene Zeit	00:00:00,20
	Anzahl der zulässigen Fälle ^a	393216

a. Basiert auf der Verfügbarkeit des Arbeitsspeichers.

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav

Chi-Quadrat-Test

Häufigkeiten

V8 Geschlecht HauptakteurIn

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
männlich	70	43,0	27,0
weiblich	27	43,0	-16,0
kollektiv	32	43,0	-11,0
Gesamt	129		

Statistik für Test

	V8 Geschlecht HauptakteurIn
Chi-Quadrat	25,721 ^a
df	2
Asymptotische Signifikanz	,000

a. Bei 0 Zellen (,0%) werden weniger als 5 Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 43,0.

GET

FILE='C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

T-TEST GROUPS=V8GeschlechtHauptakteurIn(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=V6Wortanzahl

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		24-JUL-2018 16:04:14
Kommentare		
Eingabe	Daten	C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180722.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken für jede Analyse basieren auf den Fällen, die für keine der Variablen fehlende Daten oder Daten außerhalb des Bereichs für die Gruppenvariable aufweisen.
Syntax		T-TEST GROUPS=V8GeschlechtHauptakteurIn(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=V6Wortanzahl /CRITERIA=CI(.95).
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,02
	Verstrichene Zeit	00:00:00,02

Gruppenstatistiken

	V8 Geschlecht HauptakteurIn	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
V6 Wortanzahl	männlich	70	1037,757	637,9602	76,2508
	weiblich	27	1168,704	579,0193	111,4323

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit	
		F	Signifikanz	T	df
V6 Wortanzahl	Varianzen sind gleich	,403	,527	-,929	95
	Varianzen sind nicht gleich			-,970	51,772

Test bei unabhängigen Stichproben

		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz
V6 Wortanzahl	Varianzen sind gleich	,355	-130,9466	140,9981
	Varianzen sind nicht gleich	,337	-130,9466	135,0235

Test bei unabhängigen Stichproben

		T-Test für die Mittelwertgleichheit	
		95% Konfidenzintervall der Differenz	
		Untere	Obere
V6 Wortanzahl	Varianzen sind gleich	-410,8633	148,9701
	Varianzen sind nicht gleich	-401,9195	140,0264

CROSSTABS

```
/TABLES=V10yMännerundFrauenspezifischeThemen BY V8GeschlechtHauptakteurIn
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ PHI
/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID
/COUNT ROUND CELL.
```

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 17:57:03
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10yMännerundFrauenspezifischeThemen BY V8GeschlechtHauptakteurIn /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,05
	Verstrichene Zeit	00:00:00,06
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10y Männer - und Frauenspezifische Themen * V8 Geschlecht HauptakteurIn	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10y Männer - und Frauenspezifische Themen * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht männlich
V10y Männer - und Frauenspezifische Themen	kein männer- oder frauenspezifisches Thema	Anzahl	1
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	1,4%
		Korrigierte Residuen	-1,5
	mehr männerspezifische Themen	Anzahl	26
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	37,1%
		Korrigierte Residuen	2,5
	mehr frauenspezifische Themen	Anzahl	23
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	32,9%
		Korrigierte Residuen	-3,0
	gleichviel männer- und frauenspezifische Themen	Anzahl	20
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	28,6%
		Korrigierte Residuen	1,4
Gesamt	Anzahl		70
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V10y Männer - und Frauenspezifische Themen * V8 Geschlecht HauptakteurIn
Kreuztabelle

			V8 Geschlecht .. weiblich
V10y Männer - und Frauenspezifische Themen	kein männer- oder frauenspezifisches Thema	Anzahl	2
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	7,4%
		Korrigierte Residuen	1,5
	mehr männerspezifische Themen	Anzahl	3
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	11,1%
		Korrigierte Residuen	-2,5
	mehr frauenspezifische Themen	Anzahl	18
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	66,7%
		Korrigierte Residuen	3,0
	gleichviel männer- und frauenspezifische Themen	Anzahl	4
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	14,8%
		Korrigierte Residuen	-1,4
Gesamt	Anzahl		27
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

**V10y Männer - und Frauenspezifische Themen * V8 Geschlecht HauptakteurIn
Kreuztabelle**

			Gesamt
V10y Männer - und Frauenspezifische Themen	kein männer- oder frauenspezifisches Thema	Anzahl	3
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	3,1%
		Korrigierte Residuen	
	mehr männerspezifische Themen	Anzahl	29
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	29,9%
		Korrigierte Residuen	
	mehr frauenspezifische Themen	Anzahl	41
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	42,3%
		Korrigierte Residuen	
	gleichviel männer- und frauenspezifische Themen	Anzahl	24
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	24,7%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	13,428 ^a	3	,004
Likelihood-Quotient	13,766	3	,003
Zusammenhang linear-mit-linear	,000	1	,986
Anzahl der gültigen Fälle	97		

a. 2 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,84.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,372	,004
	Cramer-V	,372	,004
Anzahl der gültigen Fälle		97	

```

FREQUENCIES VARIABLES=V10aSoziales V10bGesundheit V10cBildung V10dFamilie
V10eGeschlechtergleichstellung V10fPartnerschaft V10gHaushalt V10hMode
V10iKultur
V10jVerbraucherfragen V10kUmwelt V10lSexualität V10mWirtschaft V10nSport
V10oBeruf V10pPolitik
V10qFinanzen V10rWissenschaft V10sMilitär V10tVerbrechen V10uTechnik V1
0vReligion V10wMedien
V10xProminente
/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE
/ORDER=ANALYSIS.

```

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		29-JUL-2018 15:28:17
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.

Anmerkungen

Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V10aSoziale s V10bGesundheit V10cBildung V10dFamilie V10eGeschlechtergleichst ellung V10fPartnerschaft V10gHaushalt V10hMode V10iKultur V10jVerbraucherfragen V10kUmwelt V10lSexualität V10mWirtschaft V10nSport V10oBeruf V10pPolitik V10qFinanzen V10rWissenschaft V10sMilitär V10tVerbrechen V10uTechnik V10vReligion V10wMedien V10xProminente /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,14

Statistiken

		V10a Soziales	V10b Gesundheit	V10c Bildung	V10d Familie	V10e Geschlechtergl eichstellung
N	Gültig	97	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287	287
Mittelwert		,11	,19	,03	,40	,11
Median		,00	,00	,00	,00	,00
Modus		0	0	0	0	0
Std.-Abweichung		,319	,391	,174	,493	,319

Statistiken

		V10f Partnerschaft	V10g Haushalt	V10h Mode	V10i Kultur	V10j Verbraucherfra- gen
N	Gültig	97	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287	287
Mittelwert		,37	,21	,10	,13	,01
Median		,00	,00	,00	,00	,00
Modus		0	0	0	0	0
Std.-Abweichung		,486	,407	,306	,342	,102

Statistiken

		V10k Umwelt	V10l Sexualität	V10m Wirtschaft	V10n Sport	V10o Beruf
N	Gültig	97	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287	287
Mittelwert		,08	,10	,10	,13	,74
Median		,00	,00	,00	,00	1,00
Modus		0	0	0	0	1
Std.-Abweichung		,277	,306	,306	,342	,440

Statistiken

		V10p Politik	V10q Finanzen	V10r Wissenschaft	V10s Militär	V10t Verbrechen
N	Gültig	97	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287	287
Mittelwert		,35	,09	,03	,11	,02
Median		,00	,00	,00	,00	,00
Modus		0	0	0	0	0
Std.-Abweichung		,480	,292	,174	,319	,143

Statistiken

		V10u Technik	V10v Religion	V10w Medien	V10x Prominente
N	Gültig	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287
Mittelwert		,07	,09	,14	,06
Median		,00	,00	,00	,00
Modus		0	0	0	0
Std.-Abweichung		,260	,292	,353	,348

Häufigkeitstabelle

V10a Soziales

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	86	22,4	88,7	88,7
	erwähnt	11	2,9	11,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10b Gesundheit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	79	20,6	81,4	81,4
	erwähnt	18	4,7	18,6	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10c Bildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	94	24,5	96,9	96,9
	erwähnt	3	,8	3,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10d Familie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	58	15,1	59,8	59,8
	erwähnt	39	10,2	40,2	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10e Geschlechtergleichstellung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	86	22,4	88,7	88,7
	erwähnt	11	2,9	11,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10f Partnerschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	61	15,9	62,9	62,9
	erwähnt	36	9,4	37,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10g Haushalt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	77	20,1	79,4	79,4
	erwähnt	20	5,2	20,6	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10h Mode

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	87	22,7	89,7	89,7
	erwähnt	10	2,6	10,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10i Kultur

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	84	21,9	86,6	86,6
	erwähnt	13	3,4	13,4	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10j Verbraucherfragen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	96	25,0	99,0	99,0
	erwähnt	1	,3	1,0	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10k Umwelt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	89	23,2	91,8	91,8
	erwähnt	8	2,1	8,2	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10l Sexualität

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	87	22,7	89,7	89,7
	erwähnt	10	2,6	10,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10m Wirtschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	87	22,7	89,7	89,7
	erwähnt	10	2,6	10,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10n Sport

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	84	21,9	86,6	86,6
	erwähnt	13	3,4	13,4	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10o Beruf

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	25	6,5	25,8	25,8
	erwähnt	72	18,8	74,2	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10p Politik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	63	16,4	64,9	64,9
	erwähnt	34	8,9	35,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10q Finanzen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	88	22,9	90,7	90,7
	erwähnt	9	2,3	9,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10r Wissenschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	94	24,5	96,9	96,9
	erwähnt	3	,8	3,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10s Militär

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	86	22,4	88,7	88,7
	erwähnt	11	2,9	11,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10t Verbrechen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	95	24,7	97,9	97,9
	erwähnt	2	,5	2,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10u Technik

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	90	23,4	92,8	92,8
	erwähnt	7	1,8	7,2	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10v Religion

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	88	22,9	90,7	90,7
	erwähnt	9	2,3	9,3	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10w Medien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	83	21,6	85,6	85,6
	erwähnt	14	3,6	14,4	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V10x Prominente

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	93	24,2	95,9	95,9
	erwähnt	3	,8	3,1	99,0
	3	1	,3	1,0	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

DATASET ACTIVATE DataSet1.

SAVE OUTFILE='C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & '+'

'Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav'
/COMPRESSED.

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		03-AUG-2018 18:00:06
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10dFamilie V10pPolitik BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

CROSSTABS

/TABLES=V10dFamilie V10pPolitik BY V8GeschlechtHauptakteurIn
/FORMAT=AVALUE TABLES

```

/STATISTICS=CHISQ PHI
/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		03-AUG-2018 18:04:03
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10dFamilie V10pPolitik BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,05
	Verstrichene Zeit	00:00:00,05
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10d Familie * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%
V10p Politik * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10d Familie * V8 Geschlecht Hauptakteurln

Kreuztabelle

			V8 Geschlecht Hauptakteurln		
			männlich	weiblich	Gesamt
V10d Familie	nicht erwähnt	Anzahl	40	18	58
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	57,1%	66,7%	59,8%
		Korrigierte Residuen	-,9	,9	
	erwähnt	Anzahl	30	9	39
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	42,9%	33,3%	40,2%
		Korrigierte Residuen	,9	-,9	
Gesamt	Anzahl	70	27	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,735 ^a	1	,391		
Kontinuitätskorrektur ^b	,392	1	,531		
Likelihood-Quotient	,746	1	,388		
Exakter Test nach Fisher				,490	,267
Zusammenhang linear-mit- linear	,728	1	,394		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,86.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,087	,391
	Cramer-V	,087	,391
Anzahl der gültigen Fälle		97	

CROSSTABS

/TABLES=V10oBeruf BY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		03-AUG-2018 18:09:46
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10oBeruf BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10o Beruf * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10o Beruf * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn		
			männlich	weiblich	Gesamt
V10o Beruf	nicht erwähnt	Anzahl	12	13	25
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	17,1%	48,1%	25,8%
		Korrigierte Residuen	-3,1	3,1	
	erwähnt	Anzahl	58	14	72
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	82,9%	51,9%	74,2%
		Korrigierte Residuen	3,1	-3,1	
Gesamt	Anzahl	70	27	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,791 ^a	1	,002		
Kontinuitätskorrektur ^b	8,237	1	,004		
Likelihood-Quotient	9,177	1	,002		
Exakter Test nach Fisher				,004	,003
Zusammenhang linear-mit-linear	9,690	1	,002		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,96.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,318	,002
	Cramer-V	,318	,002
Anzahl der gültigen Fälle		97	

CROSSTABS

```

/TABLES=V10nSport V10pPolitik V10mWirtschaft BY V8GeschlechtHauptakteurIn
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ PHI
/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		03-AUG-2018 18:44:51
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.

Anmerkungen

Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10nSport V10pPolitik V10mWirtschaft BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,19
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10n Sport * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%
V10p Politik * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%
V10m Wirtschaft * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10n Sport * V8 Geschlecht Hauptakteurln

Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn		
			männlich	weiblich	Gesamt
V10n Sport	nicht erwähnt	Anzahl	61	23	84
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	87,1%	85,2%	86,6%
		Korrigierte Residuen	,3	-,3	
	erwähnt	Anzahl	9	4	13
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	12,9%	14,8%	13,4%
		Korrigierte Residuen	-,3	,3	
Gesamt		Anzahl	70	27	97
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,064 ^a	1	,800		
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,063	1	,801		
Exakter Test nach Fisher				,751	,516
Zusammenhang linear-mit-linear	,064	1	,801		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,62.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,026	,800
	Cramer-V	,026	,800
Anzahl der gültigen Fälle		97	

V10p Politik * V8 Geschlecht Hauptakteurln

Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn		
			männlich	weiblich	Gesamt
V10p Politik	nicht erwähnt	Anzahl	37	26	63
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	52,9%	96,3%	64,9%
		Korrigierte Residuen	-4,0	4,0	
	erwähnt	Anzahl	33	1	34
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	47,1%	3,7%	35,1%
		Korrigierte Residuen	4,0	-4,0	
Gesamt	Anzahl	70	27	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	16,150 ^a	1	,000		
Kontinuitätskorrektur ^b	14,298	1	,000		
Likelihood-Quotient	20,300	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	15,984	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 9,46.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,408	,000
	Cramer-V	,408	,000
Anzahl der gültigen Fälle		97	

V10m Wirtschaft * V8 Geschlecht HauptakteurIn

Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn	
			männlich	weiblich
V10m Wirtschaft	nicht erwähnt	Anzahl	60	27
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	85,7%	100,0%
		Korrigierte Residuen	-2,1	2,1
	erwähnt	Anzahl	10	0
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	14,3%	0,0%
		Korrigierte Residuen	2,1	-2,1
Gesamt	Anzahl	70	27	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%	

Kreuztabelle

			Gesamt
V10m Wirtschaft	nicht erwähnt	Anzahl	87
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	89,7%
		Korrigierte Residuen	
	erwähnt	Anzahl	10
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	10,3%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,300 ^a	1	,038		
Kontinuitätskorrektur ^b	2,894	1	,089		
Likelihood-Quotient	6,958	1	,008		
Exakter Test nach Fisher				,057	,032
Zusammenhang linear-mit-linear	4,256	1	,039		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,78.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

	Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	-,211	,038
Cramer-V	,211	,038
Anzahl der gültigen Fälle	97	

GET

FILE='C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

CROSSTABS

/TABLES=V10eGeschlechtergleichstellung BY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		04-AUG-2018 16:29:05
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10eGeschlechtvergleichstellung BY V8GeschlechtHauptakteurIn /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,06
	Verstrichene Zeit	00:00:00,06
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10e Geschlechtergleichstellung * V8 Geschlecht HauptakteurIn	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10e Geschlechtergleichstellung * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn	
			männlich	weiblich
V10e Geschlechtergleichstellung	nicht erwähnt	Anzahl	64	22
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	91,4%	81,5%
		Korrigierte Residuen	1,4	-1,4
	erwähnt	Anzahl	6	5
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	8,6%	18,5%
		Korrigierte Residuen	-1,4	1,4
Gesamt		Anzahl	70	27
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%

V10e Geschlechtergleichstellung * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			Gesamt
V10e Geschlechtergleichstellung	nicht erwähnt	Anzahl	86
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	88,7%
		Korrigierte Residuen	
	erwähnt	Anzahl	11
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	11,3%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,917 ^a	1	,166		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,056	1	,304		
Likelihood-Quotient	1,766	1	,184		
Exakter Test nach Fisher				,174	,152
Zusammenhang linear-mit- linear	1,898	1	,168		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,06.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

	Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	,141	,166
Cramer-V	,141	,166
Anzahl der gültigen Fälle	97	

CROSSTABS

/TABLES=V10eGeschlechtergleichstellungBY V1Medium

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		05-AUG-2018 15:21:23
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V10eGeschlechtvergleichstellung BY V1Medium /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,08
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V10e Geschlechtergleichstellung * V1 Medium	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V10e Geschlechtergleichstellung * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium	
			Die ganze Woche	News
V10e Geschlechtergleichstellung	nicht erwähnt	Anzahl	22	28
		% innerhalb von V1 Medium	100,0%	84,8%
		Korrigierte Residuen	1,9	-,9
	erwähnt	Anzahl	0	5
		% innerhalb von V1 Medium	0,0%	15,2%
		Korrigierte Residuen	-1,9	,9
Gesamt		Anzahl	22	33
		% innerhalb von V1 Medium	100,0%	100,0%

V10e Geschlechtergleichstellung * V1 Medium Kreuztabelle

			V1 Medium	
			TV Media	Woman
V10e Geschlechtergleichstellung	nicht erwähnt	Anzahl	18	18
		% innerhalb von V1 Medium	90,0%	81,8%
		Korrigierte Residuen	,2	-1,2
	erwähnt	Anzahl	2	4
		% innerhalb von V1 Medium	10,0%	18,2%
		Korrigierte Residuen	-,2	1,2
Gesamt		Anzahl	20	22
		% innerhalb von V1 Medium	100,0%	100,0%

V10e Geschlechtergleichstellung * V1 Medium Kreuztabelle

			Gesamt
V10e Geschlechtergleichstellung	nicht erwähnt	Anzahl	86
		% innerhalb von V1 Medium	88,7%
		Korrigierte Residuen	
	erwähnt	Anzahl	11
		% innerhalb von V1 Medium	11,3%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V1 Medium	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,351 ^a	3	,226
Likelihood-Quotient	6,655	3	,084
Zusammenhang linear-mit-linear	2,415	1	,120
Anzahl der gültigen Fälle	97		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,27.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,212	,226
	Cramer-V	,212	,226
Anzahl der gültigen Fälle		97	

CROSSTABS

/TABLES=V11ErwähnungFrauseinMannseinBY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 17:25:51
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V11ErwähnungFrauseinMannsein BY V8GeschlechtHauptakteurIn /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,09
	Verstrichene Zeit	00:00:00,11
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			V8 Geschlecht . männlich
V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein	Frau- oder Mann-sein nicht erwähnt	Anzahl	62
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	88,6%
		Korrigierte Residuen	2,2
	Frau- oder Mann-sein erwähnt	Anzahl	8
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	11,4%
		Korrigierte Residuen	-2,2
Gesamt	Anzahl		70
	% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln		100,0%

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht .. weiblich
V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein	Frau- oder Mann-sein nicht erwähnt	Anzahl	19
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	70,4%
		Korrigierte Residuen	-2,2
	Frau- oder Mann-sein erwähnt	Anzahl	8
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	29,6%
		Korrigierte Residuen	2,2
Gesamt	Anzahl		27
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			Gesamt
V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein	Frau- oder Mann-sein nicht erwähnt	Anzahl	81
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	83,5%
		Korrigierte Residuen	
	Frau- oder Mann-sein erwähnt	Anzahl	16
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	16,5%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl		97
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,686 ^a	1	,030		
Kontinuitätskorrektur ^b	3,458	1	,063		
Likelihood-Quotient	4,301	1	,038		
Exakter Test nach Fisher				,063	,035
Zusammenhang linear-mit- linear	4,638	1	,031		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,45.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

	Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	,220	,030
Cramer-V	,220	,030
Anzahl der gültigen Fälle	97	

GET

FILE='C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

FREQUENCIES VARIABLES=V11ErwähnungFrauseinMannsein

/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE

/ORDER=ANALYSIS.

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		31-JUL-2018 15:29:36
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V11ErwähnungFrauseinMannsein /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav

Statistiken

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein

N	Gültig	97
	Fehlend	287
Mittelwert		,16
Median		,00
Modus		0
Std.-Abweichung		,373

V11 Erwähnung Frau-sein/Mann-sein

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Frau- oder Mann-sein nicht erwähnt	81	21,1	83,5	83,5
	Frau- oder Mann-sein erwähnt	16	4,2	16,5	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

CROSSTABS

/TABLES=V12hErwähnungPrivatlebenBY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 18:34:26
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V12hErwähnungPrivatleben BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,08
	Verstrichene Zeit	00:00:00,08
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V12h Erwähnung Privatleben * V8 Geschlecht HauptakteurIn	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V12h Erwähnung Privatleben * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht männlich
V12h Erwähnung Privatleben	Privatleben nicht erwähnt	Anzahl	9
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	12,9%
		Korrigierte Residuen	1,3
	Privatleben kurz erwähnt	Anzahl	49
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	70,0%
		Korrigierte Residuen	,7
	Privatleben besonders herausgearbeitet	Anzahl	12
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	17,1%
		Korrigierte Residuen	-1,7
Gesamt	Anzahl		70
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V12h Erwähnung Privatleben * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht .. weiblich
V12h Erwähnung Privatleben	Privatleben nicht erwähnt	Anzahl	1
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	3,7%
		Korrigierte Residuen	-1,3
	Privatleben kurz erwähnt	Anzahl	17
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	63,0%
		Korrigierte Residuen	-,7
	Privatleben besonders herausgearbeitet	Anzahl	9
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	33,3%
		Korrigierte Residuen	1,7
Gesamt	Anzahl		27
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V12h Erwähnung Privatleben * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			Gesamt
V12h Erwähnung Privatleben	Privatleben nicht erwähnt	Anzahl	10
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	10,3%
		Korrigierte Residuen	
	Privatleben kurz erwähnt	Anzahl	66
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	68,0%
		Korrigierte Residuen	
	Privatleben besonders herausgearbeitet	Anzahl	21
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	21,6%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl		97
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,085 ^a	2	,130
Likelihood-Quotient	4,239	2	,120
Zusammenhang linear-mit-linear	4,038	1	,044
Anzahl der gültigen Fälle	97		

a. 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,78.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,205	,130
	Cramer-V	,205	,130
Anzahl der gültigen Fälle		97	

```

FREQUENCIES VARIABLES=V10wMedien V12aAlter V12bFamilie V12cFamilienstandV1
2dLiebe V12eFreunde
      V12fFreizeit V12gSonstiges
/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE
/ORDER=ANALYSIS.

```

Häufigkeiten

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		29-JUL-2018 19:46:08
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180726.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von fehlenden Werten	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Statistik basiert auf allen Fällen mit gültigen Daten.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=V10wMedien V12aAlter V12bFamilie V12cFamilienstand V12dLiebe V12eFreunde V12fFreizeit V12gSonstiges /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03

Statistiken

		V10w Medien	V12a Alter	V12b Familie	V12c Familienstand	V12d Liebe
N	Gültig	97	97	97	97	97
	Fehlend	287	287	287	287	287
Mittelwert		,14	,81	,40	,24	,37
Median		,00	1,00	,00	,00	,00
Modus		0	1	0	0	0
Std.-Abweichung		,353	,391	,493	,428	,486

Statistiken

		V12e Freunde	V12f Freizeit	V12g Sonstiges
N	Gültig	97	97	97
	Fehlend	287	287	287
Mittelwert		,03	,33	,02
Median		,00	,00	,00
Modus		0	0	0
Std.-Abweichung		,174	,473	,143

Häufigkeitstabelle

V12a Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	18	4,7	18,6	18,6
	erwähnt	79	20,6	81,4	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12b Familie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	58	15,1	59,8	59,8
	erwähnt	39	10,2	40,2	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12c Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	74	19,3	76,3	76,3
	erwähnt	23	6,0	23,7	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12d Liebe

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	61	15,9	62,9	62,9
	erwähnt	36	9,4	37,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12e Freunde

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	94	24,5	96,9	96,9
	erwähnt	3	,8	3,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12f Freizeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	65	16,9	67,0	67,0
	erwähnt	32	8,3	33,0	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

V12g Sonstiges

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nicht erwähnt	95	24,7	97,9	97,9
	erwähnt	2	,5	2,1	100,0
	Gesamt	97	25,3	100,0	
Fehlend	999	287	74,7		
Gesamt		384	100,0		

CROSSTABS

/TABLES=V12cFamilienstandBY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen

Ausgabe erstellt		05-AUG-2018 14:25:26
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet1
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V12cFamilienst and BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.
Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,03
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

[DataSet1] C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180729.sav

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V12c Familienstand * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V12c Familienstand * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			V8 Geschlecht HauptakteurIn	
			männlich	weiblich
V12c Familienstand	nicht erwähnt	Anzahl	55	19
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	78,6%	70,4%
		Korrigierte Residuen	,9	-,9
	erwähnt	Anzahl	15	8
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	21,4%	29,6%
		Korrigierte Residuen	-,9	,9
Gesamt	Anzahl	70	27	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	100,0%	

V12c Familienstand * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			Gesamt
V12c Familienstand	nicht erwähnt	Anzahl	74
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	76,3%
		Korrigierte Residuen	
	erwähnt	Anzahl	23
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	23,7%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,724 ^a	1	,395		
Kontinuitätskorrektur ^b	,342	1	,559		
Likelihood-Quotient	,703	1	,402		
Exakter Test nach Fisher				,430	,275
Zusammenhang linear-mit- linear	,717	1	,397		
Anzahl der gültigen Fälle	97				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,40.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,086	,395
	Cramer-V	,086	,395
Anzahl der gültigen Fälle		97	

CROSSTABS

/TABLES=V13aErwähnteEigenschaftenBY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 18:51:25
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V13aErwähnte Eigenschaften BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,09
	Verstrichene Zeit	00:00:00,09
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V13a Erwähnte Eigenschaften * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V13a Erwähnte Eigenschaften * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			V8 Geschlecht . männlich
V13a Erwähnte Eigenschaften	keine stereotyp-maskuline oder -feminine Eigenschaft	Anzahl	46
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	65,7%
		Korrigierte Residuen	,6
	stereotyp-maskuline Eigenschaft	Anzahl	15
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	21,4%
		Korrigierte Residuen	,7
	stereotyp-feminine Eigenschaft	Anzahl	9
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	12,9%
		Korrigierte Residuen	,2
	3	Anzahl	0
		% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	0,0%
		Korrigierte Residuen	-3,3
Gesamt	Anzahl	70	
	% innerhalb von V8 Geschlecht Hauptakteurln	100,0%	

V13a Erwähnte Eigenschaften * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht .. weiblich
V13a Erwähnte Eigenschaften	keine stereotyp-maskuline oder -feminine Eigenschaft	Anzahl	16
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	59,3%
		Korrigierte Residuen	-,6
	stereotyp-maskuline Eigenschaft	Anzahl	4
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	14,8%
		Korrigierte Residuen	-,7
	stereotyp-feminine Eigenschaft	Anzahl	3
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	11,1%
		Korrigierte Residuen	-,2
	3	Anzahl	4
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	14,8%
		Korrigierte Residuen	3,3
Gesamt	Anzahl		27
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V13a Erwähnte Eigenschaften * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			Gesamt
V13a Erwähnte Eigenschaften	keine stereotyp-maskuline oder -feminine Eigenschaft	Anzahl	62
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	63,9%
		Korrigierte Residuen	
	stereotyp-maskuline Eigenschaft	Anzahl	19
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	19,6%
		Korrigierte Residuen	
	stereotyp-feminine Eigenschaft	Anzahl	12
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	12,4%
		Korrigierte Residuen	
	3	Anzahl	4
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	4,1%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl	97	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,981 ^a	3	,012
Likelihood-Quotient	10,870	3	,012
Zusammenhang linear-mit-linear	3,071	1	,080
Anzahl der gültigen Fälle	97		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,11.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,336	,012
	Cramer-V	,336	,012
Anzahl der gültigen Fälle		97	

DATASET ACTIVATE DataSet2.

```
SAVE OUTFILE='C:\Users\ditech\Documents\Uni & Schule\Publizistik\MASE & '+  
  'Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav'  
/COMPRESSED.
```

CROSSTABS

/TABLES=V14aBeschreibungAussehenBY V8GeschlechtHauptakteurIn

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ PHI

/CELLS=COUNT COLUMN ASRESID

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Anmerkungen		
Ausgabe erstellt		22-JUL-2018 19:38:39
Kommentare		
Eingabe	Daten	C: \Users\ditech\Documents\ Uni & Schule\Publizistik\MASE & Magisterarbeit\Untersuchung\Auswertung\Untersuchung 20180721.sav
	Aktiver Datensatz	DataSet2
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	384
Behandlung fehlender Werte	Definition von Fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken jeder Tabelle basieren auf allen Fällen, bei denen für alle Variablen in jeder Tabelle gültige Daten in den angegebenen Bereichen vorliegen.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=V14aBeschreibungAussehen BY V8GeschlechtHauptakteur In /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ PHI /CELLS=COUNT COLUMN ASRESID /COUNT ROUND CELL.

Anmerkungen

Ressourcen	Prozessorzeit	00:00:00,03
	Verstrichene Zeit	00:00:00,06
	Gewünschte Dimensionen	2
	Verfügbare Zellen	349496

Verarbeitete Fälle

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
V14a Beschreibung Aussehen * V8 Geschlecht Hauptakteurln	97	25,3%	287	74,7%	384	100,0%

V14a Beschreibung Aussehen * V8 Geschlecht Hauptakteurln Kreuztabelle

			V8 Geschlecht . männlich
V14a Beschreibung Aussehen	Aussehen nicht beschrieben	Anzahl	57
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	81,4%
		Korrigierte Residuen	1,6
	Aussehen kurz beschrieben	Anzahl	11
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	15,7%
		Korrigierte Residuen	-,8
	Aussehen besonders herausgearbeitet	Anzahl	2
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	2,9%
		Korrigierte Residuen	-1,6
Gesamt	Anzahl	70	
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	100,0%	

V14a Beschreibung Aussehen * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			V8 Geschlecht .. weiblich
V14a Beschreibung Aussehen	Aussehen nicht beschrieben	Anzahl	18
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	66,7%
		Korrigierte Residuen	-1,6
	Aussehen kurz beschrieben	Anzahl	6
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	22,2%
		Korrigierte Residuen	,8
	Aussehen besonders herausgearbeitet	Anzahl	3
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	11,1%
		Korrigierte Residuen	1,6
Gesamt	Anzahl		27
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

V14a Beschreibung Aussehen * V8 Geschlecht HauptakteurIn Kreuztabelle

			Gesamt
V14a Beschreibung Aussehen	Aussehen nicht beschrieben	Anzahl	75
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	77,3%
		Korrigierte Residuen	
	Aussehen kurz beschrieben	Anzahl	17
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	17,5%
		Korrigierte Residuen	
	Aussehen besonders herausgearbeitet	Anzahl	5
		% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn	5,2%
		Korrigierte Residuen	
Gesamt	Anzahl		97
	% innerhalb von V8 Geschlecht HauptakteurIn		100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,595 ^a	2	,166
Likelihood-Quotient	3,263	2	,196
Zusammenhang linear-mit-linear	3,361	1	,067
Anzahl der gültigen Fälle	97		

a. 3 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,39.

Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweis e Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,193	,166
	Cramer-V	,193	,166
Anzahl der gültigen Fälle		97	



Re: Ihre Fragen - meine Antworten

Von: "Monica Weinzettl"
An:
Datum: 03.02.2018 08:33:28

bitte gerne
und
ja natürlich, kein Problem!
lg
Monica Weinzettl
Am 02.02.2018 um 16:45 schrieb

Liebe Frau Weinzettel,
vielen, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, meine Fragen zu beantworten!
Wäre es für Sie in Ordnung, wenn ich Ihre Mail als Anhang zu meiner Arbeit dazulege - damit ich daraus zitieren kann. Es ist aber natürlich auch okay, wenn Sie das nicht möchten.
Mit besten Grüßen,

Gesendet: Donnerstag, 01. Februar 2018 um 11:14 Uhr

Von: "Monica Weinzettl" _____

An:

Betreff: Ihre Fragen - meine Antworten

Liebe Frau ,

ich habe ihr Mail erhalten und unten versucht, die Fragen halbwegs zu beantworten.
lg
Monica Weinzettl

Am 23.01.2018 um 15:26 schrieb Theresia Haiger: _____

Liebe Monika!

Das angehängte Mail ist von einer ganz lieben Bekannten. Es wäre sehr schön, wenn Du Zeit findest, die eine oder andere Frage (oder auch alle :-))) zu beantworten.

Ich hoffe es geht Euch gut und schicke liebe Grüße
Theresia

Mein Name ist , ich bin Publizistikstudentin aus Wien und gerade beim Schreiben meiner Masterarbeit mit folgendem Thema (der genaue Titel steht im Betreff):

Obwohl es heutzutage immer mehr Frauen gibt, die Comedy/Kabarett machen, ist Humor seit jeher ein eher männlich dominierter Bereich. Im Rahmen meiner Arbeit möchte ich daher untersuchen, wie lebende deutschsprachige KabarettistInnen in den Printmedien dargestellt werden. Ich möchte herausfinden, wo die Unterschiede aber auch Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen liegen und ob zum Beispiel die in Interviews angesprochen Themen aufgrund des Geschlechts variieren (Privatleben, Familienstand, Aussehen, Politik...). Dazu werde ich per Inhaltsanalyse alle Artikel über KabarettistInnen aus dem Jahr 2017 in den Magazinen Die ganze Woche, News, TV Media und Woman untersuchen. Die genauen Forschungsfragen und Hypothesen habe ich als Word angehängt.

Ergänzend dazu interessieren mich folgenden Fragen:

- Haben Sie den Eindruck, dass Kabarettistinnen und Kabarettisten bei Interviews unterschiedliche Dinge gefragt werden?
- Ich stelle wohl eher eine Ausnahme dar, da meine Interviews hauptsächlich mit meinem Mann gemeinsam

stattfinden, da wir ja auch gemeinsam auftreten. Daher werden uns eher die selben Fragen gestellt. Allerdings stelle ich öfter fest, dass es einen Unterschied macht, wer uns die Fragen stellt, bzw. wer die Leserschaft ist.

- *Welche persönlichen Erfahrungen mit Interviews oder der Berichterstattung der Medien haben Sie gemacht? Welche Fragen sind Ihnen vielleicht positiv oder negativ in Erinnerung geblieben?*
 - *Ui, das sprengt jetzt den Rahmen. Zusammenfassend kann ich sagen, dass man Erfahrungen sammeln muss und sicherlich viel Lehrgeld zahlt. Erst im Laufe der Zeit kommt man drauf, wer wirklich an dir und deiner Arbeit interessiert ist und wer bloss eine plumpe Schlagzeile braucht. Leider nimmt mit Gratiszeitungen das Niveau drastisch ab. Umso mehr stechen dann Journalisten hervor, die ihre Arbeit gelernt haben, etwas weitergeben wollen und an einem MITEinander interessiert sind.*
 - *Hat sich im Laufe der Jahre und mit einer steigenden Anzahl von KabarettistInnen etwas verändert?*
 - *Ist mir nichts aufgefallen. Es werden zwar immer mehr, die auf die Bühne wollen, aber die müssen ja auch erst mal alle bleiben.*
- Für Rückfragen stehe ich unter gerne zur Verfügung und informiere auf Wunsch auch über die Ergebnisse meiner Untersuchung!*
- Für Ihre Unterstützung wäre ich Ihnen sehr dankbar!!!*

Re: Aw: antworten von nadja maleh

Von: Nadja
An:
Datum: 03.02.2018 13:26:54

.. ja das geht in ordnung! lg nm

Von meinem iPhone gesendet

Am 02.02.2018 um 16:46 schrieb :

Liebe Frau Maleh,

was ich vergessen habe zu Fragen: Wäre es für Sie in Ordnung, wenn ich Ihre Mail als Anhang zu meiner Arbeit dazulege - damit ich daraus zitieren kann. Es ist aber natürlich auch okay, wenn Sie das nicht möchten.

Danke,

Gesendet: Montag, 29. Januar 2018 um 16:36 Uhr

Von: "Nadja Maleh"

An:

Betreff: antworten von nadja maleh

liebe frau , anbei meine antworten in rot. alles gute für Ihre masterarbeit! herzlichen gruß!nadja maleh

Mein Name ist , ich bin Publizistikstudentin aus Wien und gerade beim Schreiben meiner Masterarbeit mit folgendem Thema: Warum der Witz männlich ist - eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von KabarettistInnen in ausgewählten österreichischen Printmedien

Obwohl es heutzutage immer mehr Frauen gibt, die Comedy/Kabarett machen, ist Humor seit jeher ein eher männlich dominierter Bereich. Im Rahmen meiner Arbeit möchte ich daher untersuchen, wie lebende deutschsprachige KabarettistInnen in den Printmedien dargestellt werden. Ich möchte herausfinden, wo die Unterschiede aber auch Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung zwischen männlichen und weiblichen KabarettistInnen liegen und ob zum Beispiel die in Interviews angesprochen Themen aufgrund des Geschlechts variieren (Privatleben, Familienstand, Aussehen, Politik...). Dazu werde ich per Inhaltsanalyse alle Artikel über KabarettistInnen aus dem Jahr 2017 in den Magazinen Die ganze Woche, News, TV Media und Woman untersuchen. Die genauen Forschungsfragen und Hypothesen habe ich als Word angehängt.

Ergänzend dazu interessieren mich folgenden Fragen:

*Haben Sie den Eindruck, dass Kabarettistinnen und Kabarettisten bei Interviews unterschiedliche Dinge gefragt werden? **Nein. Beide werden leider immer noch gefragt, warum es so wenige weibliche***

Kabarettistinnen gibt. Anhand dieser leidigen Frage erkennt man das leidige Ungleichgewicht in der Branche! Aber ich bin optimistisch...die Gleichstellung wird in ca. 100 Jahren Realität, das ist ja quasi fast schon bald :)

Welche persönlichen Erfahrungen mit Interviews oder der Berichterstattung der Medien haben Sie

*gemacht? Welche Fragen sind Ihnen vielleicht positiv oder negativ in Erinnerung geblieben? **Eine psotive Erinnerung an eine Frage: „Wieviel Abgründe oder Pruhaha braucht es im kabarett“ ... eine eher negative: „Sind Frauen weniger lustig als Männer“ (Schnarch!) ...***

*Hat sich im Laufe der Jahre und mit einer steigenden Anzahl von KabarettistInnen etwas verändert? **Ja.***

Oder Vielleicht. Nein. Ich weiß nicht. Na hoffentlich!

*Für Rückfragen stehe ich unter gerne zur Verfügung und informiere auf Wunsch auch über die
Ergebnisse meiner Untersuchung!
Für Ihre Unterstützung wäre ich Ihnen sehr dankbar!!!*