

Das Weltbild des Fernsehens.

Ausgewählte Ergebnisse einer inhaltsanalytischen Studie zu geschlechtsspezifischen Aggressivitäts- und Prosozialitätsdarstellungen im Fernsehen¹.

Helmut Lukesch

1. Einleitung

1.1 Gewalt und Prosozialität in den Medien

Dem Thema Gewalt und Medien sind Hekatomben von Literatur gewidmet. Seit dem Aufkommen des Films hat das Thema immer wieder Wellen intensiver öffentlicher Diskussion ausgelöst, angefangen von der Schmutz- und Schundgesetzgebung der Weimarer Zeit² bis hin zu den gegenwärtigen Bemühungen in Deutschland, durch eine Vielzahl gesetzlicher Maßnahmen regulierend tätig zu sein. Besonders in den USA waren frühzeitig Klagen zu hören, vor allem das Fernsehen würde zu viele Verbrechen darstellen. Mit inhaltsanalytischer Methodik wurde dabei seit den 50er Jahren der Gewaltanteil an den Fernsehprogrammen objektiviert (Logan, 1950; Head, 1954; Klapper, 1960; Gerbner/Gross, 1973), wobei es sich nach international vergleichenden Inhaltsanalysen bestätigt hat (Huesmann/Eron, 1986: 21), dass in den USA,

-
- 1 Die dargestellten Ergebnisse wurden im Rahmen des vom Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen zwischen 2001 - 2003 geförderten Forschungsprojektes „Medienanalyse“ erarbeitet. Projektmitarbeiter sind Herr Dipl.-Psych. Christoph Bauer, Herr Dipl.-Psych. Rüdiger Eisenhauer und Frau Dipl.-Psych. Iris Schneider. Neben den Projektmitarbeitern waren als studentische Hilfskräfte oder Diplomanden an der Datenaufnahme und -analyse die Studierenden Christina Bernhard, Antje Homung, Alexander Lottner, Tanja Meindl, Margit Numberger, Carolin Wagner und Frieda Winnik sowie als Sekretärin Frau Marlis Reindl beteiligt.
 - 2 Als ein heute weltfremd anmutendes Beispiel aus einer für den Anfang des 20. Jahrhunderts typischen Schrift sei folgendes Zitat erwähnt (Wulffen 1913: 90): „Im Kinematographen werden die gefährlichen Wirkungen (gemeint sind die der sog. ‚Schundliteratur‘) noch gesteigert. Das flimmernde Lichtbild beunruhigt an und für sich schon durch die Anstrengung des Auges das Nervensystem. (...) Die einzelnen Bilder zeigen nur die herausgehobenen Momente der Aktion und lösen für die Übergänge die Spannung des Zuschauers aus. Psychologisch wirkt weiter bedeutsam, dass die Darstellung selbst sich in fortwährender Bewegung befindet und so der Übergang von Gefühl und Vorstellung in Handlung beim Zuschauer erleichtert wird.“

gefolgt von Japan, die Gewaltanteile des Fernsehens überproportional hoch sind (Iwao et al. 1981: 31).³

Während für den US-amerikanischen Bereich Inhaltsanalysen der Fernsehprogramme eine lange Tradition haben, sind für die deutsche Fernsehlandschaft umfassende Analysen zu diesem Thema erst in den 90er Jahren vorgelegt worden (Weiderer 1993; Groebel/Gleich 1993; Krüger 1994; 1996). Nach diesen Untersuchungen sind auch im deutschen Fernsehen die Gewaltanteile nicht unbeträchtlich. Aus all diesen Studien ist zu schließen, dass Mediengewalt eine weltweite Realität ist, wobei vor allem die belohnenden Aspekte der dargestellten Gewaltausübungen zur Entwicklung einer „global aggressive culture“ (Groebele 1998: 217) beitragen.

Ein dem aggressiven Verhalten gegensätzliches Verhaltensmuster ist in dem prosozialem Verhalten zu sehen. Hier war es forschungsgeschichtlich so, dass dieser wichtige Bereich lange Zeit hinweg in der Psychologie nicht präsent war. Angeblich hat in den USA nach einem krassen Fall unterlassener Hilfeleistung (Latané/Darley 1970) das Interesse an der Thematik des Hilfehandelns, des altruistischen und uneigennütigen Verhaltens sprunghaft zugenommen. In der Zwischenzeit ist auch der Bereich des prosozialem Verhaltens und seine Beziehung zum Medienkonsum forschungsmäßig abgedeckt (Mares/Woodard 2001). Nach Wiegman et al. (1992) ist kein Zusammenhang zwischen dem Konsum prosozialem Verhaltens im Fernsehen und eigenem prosozialem Verhalten zu finden; alle berechneten Zusammenhänge variierten um Null bzw. tendierten sogar in eine negative Richtung, aber in der Metaanalyse von Mares und Woodard (2001) stellen sich mittlere positive Effekte von $r = .27$ ein. Wiegman et al. (1992) meinen, die von ihnen für die Niederlande gefundene Nullkorrelation sei nicht verwunderlich, da der Konsum prosozialem Verhaltens sehr hoch mit dem Konsum aggressiven Verhaltens korreliert sei ($r = .90$) und Modellierungseffekte können eigentlich nur dann auftreten, wenn das vorgeführte Modellverhalten relativ eindeutig ist. Zudem berichten sie von einer Inhaltsanalyse des niederländischen Fernsehens, nach der die aggressiven Inhalte die prosozialem deutlich dominierten.

3 In einer aktuellen Analyse fand Hickey (1992; zit. n. Groebel/Gleich 1993: 40) in dem Angebot von zehn US-Sendern an einem Tag 1.846 aggressive Akte, in 175 Szenen (also etwa 10 %) endete die Gewaltausübung mit dem Tod eines Kontrahenten, 389 Szenen zeigten schwere Angriffe, in 362 Szenen kamen Schießereien vor und 673 Szenen zeigten Schlagen, Prügeln und starke Bedrohung. In neuen Programmformen (Musikvideos, Filmtrailers und Reality-TV) waren die Gewaltszenen deutlich erhöht. Die neueste „National Television Violence Study“ (Wilson et al. 1997: 5) enthält zudem folgende Schlussfolgerungen: „(1) the context in which most violence is presented on television poses risks for viewers; (2) the negative consequences of violence are not often portrayed in violent programming; (3) perpetrators go unpunished in most scenes of violence; (4) violent programs rarely employ an antiviolent theme; and (5) on the positive side, television violence is usually not explicit or graphic.“

Das Thema der medialen Gewalt- und Prosozialitätsdarstellung lässt sich nahe liegender Weise auch geschlechtsspezifisch behandeln. Beispielsweise wurden von Weiderer (1993: 183ff.) auf der Basis von 635 Sendungen aus dem Jahr 1990 von ARD, ZDF und RTL plus aus allen Filmen mit Spielhandlung die wesentlichen Eigenheiten von 145 männlichen und 79 weiblichen Rollencharakteren auch nach den Aspekten des aggressiven und prosozialem Verhaltens ausgewertet. Auch die auf das Thema Gewalt bezogene Inhaltsanalyse von Groebel und Gleich (1993: 94ff.) enthält geschlechtsspezifische Angaben zu den Aggressionshandlungen, auf die noch einzugehen ist.

1.2 Das Forschungsinstrument der quantitativen Inhaltsanalyse

In die methodische Tradition der quantitativ orientierten Inhaltsanalysen ist auch die vorliegende Studie einzuordnen. D.h. die Inhaltsanalyse wird hier als eine Forschungstechnik zur „objektiven, systematischen und quantitativen Beschreibung des manifesten Inhalts von Kommunikationen“ (Berelson 1959/1971: 489) verstanden. Wobei in Übereinstimmung mit den Grundüberlegungen der empirischen Methodik mit „objektiv“ der Anspruch auf die Reproduzierbarkeit eines Forschungsergebnisses auch durch andere Personen gemeint ist. „Systematisch“ ist eine Beschreibung von Inhalten dann, wenn jede Untersuchungseinheit einer Stichprobe auch tatsächlich in die Analyse einbezogen wird und „quantitativ“ ist das Verfahren, wenn durch Zahlen eine Gewichtung verschiedener Aspekte des zu erfassenden Inhaltsbereiches erreicht wird (Silbermann/Krüger 1973).

Was ist der mit Inhaltsanalysen verbundene Erkenntnisanspruch? Auf alle Fälle kann damit ein Teil der sozialen Wirklichkeit abgebildet werden. Die Frage ist aber auch, ob neben diesem deskriptiven Anspruch nicht auch noch weitergehende Interpretationsmöglichkeiten gegeben sind. Dazu zwei Gedankengänge:

(1) Um nicht einer Beliebigkeit inhaltsanalytischer Kategorisierungen Vorschub zu leisten, wurde von uns der Vorschlag gemacht (Lukesch 1989), psychologische Theorien als Grundlage zur Formulierung solcher Kategorienschemata zu verwenden. Für diese theoriegeleitete Vorgehensweise liegen mehrere Beispiele vor (z.B. Ingrisch (1990) für den Bereich des prosozialem Verhaltens, Leitl (1992) für das Thema Suizid oder Hofmann (1997) für die in Fernsehsendungen enthaltenen Moralkonzepte). Da in diesen Theorien das fachliche Wissen über Wirkmechanismen repräsentiert ist, können die an solchen Theorien orientierten Inhaltsanalysen zumindest eine Brücke zwischen einer rein deskriptiven Beschreibung eines Ausschnittes der sozialen Realität und der Wirkungsforschung darstellen.

(2) Gegenüber der weiter gehenden Frage, ob eine *Inhaltsanalyse auch als Indikator für Wirkungen* verwendet werden könne, wird oft polemisiert, ohne dass rational und differenziert darüber nachgedacht wird, was die Grundlagen für diese Art der Schlussfolgerungen sein könnten bzw. wo die Grenzen einer solchen Vorgehensweise liegen. Um dies zu erläutern, sind einige wissenschaftstheoretische Überlegungen in Erinnerung zu rufen:

Nach dem Hempel-Oppenheim'schen Erklärungsschema werden Ereignisse (dies können bereits eingetretene Ereignisse sein, aber auch solche, die in der Zukunft liegen) aus allgemeinen Gesetzen (G_1, \dots, G_n) und entsprechenden Antezedenz- oder Randbedingungen (A_1, \dots, A_n) deduktiv erschlossen und damit erklärt (Stegmüller 1969). Es muss also zuerst eine mehr oder minder gut bewährte Theorie vorliegen – dies ist mit den Gesetzesaussagen G_1, \dots, G_n angedeutet – um einen Sachverhalt erklären zu können. Dann muss für die Erklärung eines realen Ereignisses geprüft werden, ob die Ausgangsbedingungen, von denen diese Gesetze in den Wenn-Komponenten⁴ ausgehen, auch tatsächlich vorliegen.

Für Medienwirkungen liegen in der Zwischenzeit komplexe und ausgefeilte Theorien vor (z.B. die sozial-kognitive Lerntheorie oder Theorien über die Entstehung medienbezogener semantischer Netzwerke). Ist diese Voraussetzung also gegeben und können für die notwendigen Randbedingungen dieser Theorien durch Inhaltsanalysen korrekte Beschreibungen geliefert werden, die noch mit aktuellen Nutzungsdaten zu kombinieren sind, so sind damit sowohl Erklärungen bereits eingetretener Ereignisse wie auch Prognosen über zukünftige Ereignisse möglich. Inhaltsanalysen können also mehr sein als reine „Stimulusbeschreibungen“.

2. Methodische Grundlagen der Studie

Basis für die hier zu berichtende Studie ist eine repräsentative Stichprobe von 712 aufgezeichneten und digitalisierten Fernsehsendungen von öffentlich-rechtlichen (ARD, ZDF, 3Sat BR3, KIKa, ARTE) und privaten Fernsehangebietern (RTL, SAT1, Pro7, RTL2, VOX, Kabel1, SUPER RTL, VIVA, DSF). Die Daten wurden zwischen März und April 2002 erhoben, wobei verschiedene Zeitfenster definiert und die jeweils von einem Sender zu speichernde Sendung nach einem Zufallsverfahren bestimmt wurde. Die Datenauswertung erfolgte mit dem formalen Codier- und Auswertungssystem INTERACT® der

4 Gesetze sind immer Wenn-dann-Aussagen, und zwar unabhängig davon, ob die Gesetze deterministischer oder probabilistischer Art sind.

Circa Mangold-Software & Consulting GmbH München.

Kodiert wurden z.T. nach zeitunabhängigen wie auch nach zeitbezogenen Kategorien. Bei den zeitunabhängigen Kategorien wurde das Auftreten von Ereignissen oder Merkmalen von Ereignissen codiert (z.B. in Bezug auf die Bereiche Jugendschutz, Werte, Thematisierungen, Entwicklungsaufgaben, Seniorendarstellungen, Komik, Animationsfiguren, Personendarstellungen [Rollen, Rolle-Moderator, Rolle-Musikvideo, Menschenbilder, Klischees], Sendungsbogen, Formale Bögen). Zeitlich codiert wurden Merkmale für die Bereiche Aggression, Ausländer, Drogen, Prosozialität, Sexualität und Tod; bei Letzteren wurde sekundengenau die Dauer bestimmter Handlungselemente festgehalten. Insgesamt wurden für 16 Bereiche Kategoriensysteme mit etwa 12-16 Einzelmerkmalen definiert.

Ziel der dieser Studie zugrunde liegenden konzeptuellen Überlegungen war es, Kategorienschemata zu entwickeln, mit denen die Inhalte des Fernsehangebots möglichst breit und differenziert, d.h. auf der Grundlage psychologischer Theorien, abgedeckt werden können. Eine Engführung auf die Aggressionsthematik sollte vermieden, die vielfältigen Facetten der Fernsehinhalte hingegen abgedeckt werden.

3. Ausgewählte Ergebnisse zu Aspekten aggressiven und prosozialen Verhaltens von Frauen und Männern

3.1 Vorbemerkungen

3.1.1 Das Vorkommen von Männern und Frauen im Fernsehen

In früheren Studien (Weiderer 1993; Küchenhoff 1975) wurde bisweilen herausgestellt, dass im Fernsehen die Frauen vor der Kamera (und auch dahinter) deutlich unterrepräsentiert sind. In dem vorliegenden Datenmaterial wurden bei allen Sendungen mit Spielhandlung die vier wichtigsten Haupt- und Nebenrollen, bei Gerichtssendungen und Talkshows wurden alle beteiligten Personen codiert. Von diesen 1.143 Personen sind 53,4% männlich und 46,6% weiblich. Demnach hat sich im Vergleich zu den Daten von Weiderer (1993: 64,7% Männer) oder Küchenhoff (1975: 68% Männer) eine deutliche Angleichung vollzogen. Dies ist allerdings zu relativieren, wenn man alle vorkommenden realen oder fiktionalen Fernsehfiguren in die Betrachtung mit einbezieht, denn hier ist wieder ein deutliches Überwiegen der Männer zu finden (70,4% zu 29,6%).

3.1.2 Anteile von Aggression und Prosozialität an der Gesamtsendezeit

Aggressive und prosoziale Handlungen stehen in der erhobenen Stichprobe in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander (vgl. Tab. 1); eine leichte Tendenz ist erkennbar, wonach beide Aspekte bei den privaten Anbietern häufiger vorkommen (vermutlich ein Ausfluss der stärkeren Emotionalisierung des privaten Fernsehens). Im Vergleich zu Groebel und Gleichs Auswertungen (1993: 68) scheinen sich die Gewaltanteile der öffentlich-rechtlichen Anstalten und der privaten Anbietern angeglichen zu haben.

Tab. 1: Vorkommen von Aggression/Schaden und Prosozialität bei öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten in Minuten¹⁾

Sendeanstalten	Aggression		Prosozialität	
	Dauer	%	Dauer	%
Öffentl.-rechtl.	475.4	4.2	502.7	4.5
Privat	819.6	5.8	730.0	5.2
Gesamt	1295.0	5.1	1232.8	4.9

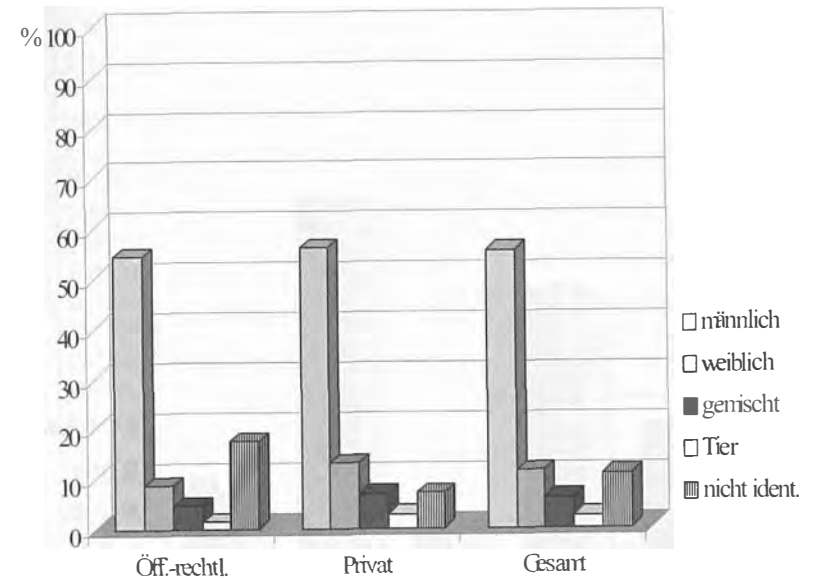
¹⁾ Die Procente beziehen sich auf die jeweilige Gesamtsendezeit (Aggressivität: Gesamtsendezeit öffentlich-rechtlich: 11242.0 min.; Gesamtsendezeit privat: 14130.6 min.; Gesamtsendezeit beide: 25372.6 min.; Prosozialität: Gesamtsendezeit öffentlich-rechtlich: 11186.2 min.; Gesamtsendezeit privat: 14128.1 min.; Gesamtsendezeit beide: 25314.3 min.).

3.2 Geschlechtsspezifische Aggressionsdarstellungen im Fernsehen

3.2.1 Geschlecht des Aggressors und Konsequenzen von Aggressionen

Wertet man die im Fernsehen vorkommende *Aggressionsdauer* geschlechtsspezifisch (und getrennt nach den Fernsehanbietern) aus, so ergibt sich ein deutliches zeitliches Überwiegen der Männer (55,4%) im Vergleich zu den Frauen (11,4%); Aggressionshandlungen von Männer und Frauen gemeinsam machen 6,1% der Aggressionszeit aus (diese Angaben beziehen sich immer auf das Gesamtprogramm; vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Geschlecht des Aggressors, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Aggressions-/Schadenszeit; Aggressionsdauer öffentlich-rechtlich: 475.4 min.; Aggressionsdauer privat: 819.6 min.; Aggressionsdauer gesamt: 1295.0 min.)

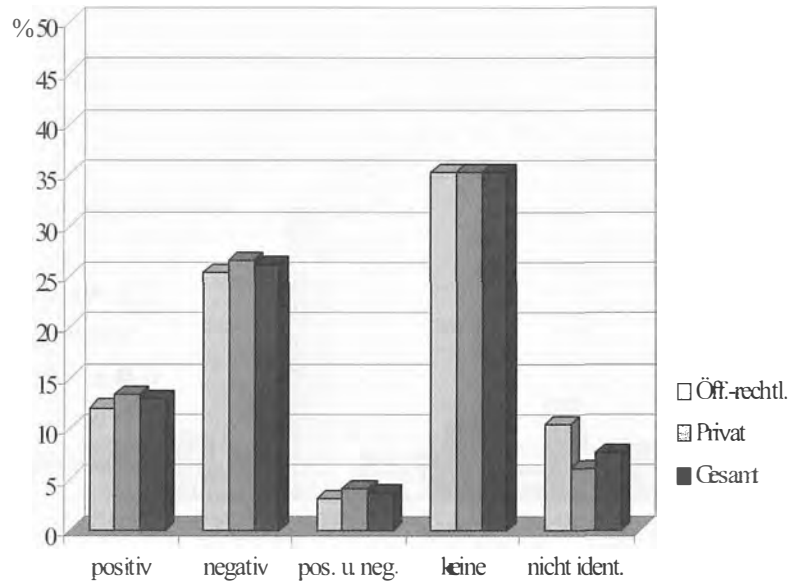


Im Fernsehen gezeigte Aggression hat für den Täter bzw. die Täterin zumeist keine oder keine erkennbaren Konsequenzen (35,3% bzw. 7,7%; vgl. Abb. 2). Direkte Belohnungen expliziter oder impliziter Art sind aber mit 12,9% der Aggressions-/Schadenszeit deutlich niedriger als negative Konsequenzen (26,2%). Hierbei scheint sich zumindest im Vergleich zu Groebel und Gleich (1993: 100) eine Verschiebung ergeben zu haben, denn diese berichten von einem wesentlich höheren Ausmaß konsequenzenloser aggressiver Akte gegen Frauen (73,8%; leider ohne entsprechende Angaben in Bezug auf Männer).

Hinsichtlich des Wirkpotenzials der Ausprägungen des Merkmals der wahrnehmbaren Konsequenzen sind unterschiedliche Möglichkeiten gegeben: Folgenlosigkeit aggressiven Verhaltens kann zusammen mit der Kategorie einer positiven Konsequenz eine operante Verstärkung bedeuten, negative Kon-

sequenzen könnten als Form der Bestrafung mit einer zumindest dieses Verhalten unterdrückenden Wirkung eingestuft werden. Die Fernsehlandschaft bietet beide Möglichkeiten.

Abb. 2: Konsequenzen für den Aggressor, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Aggressions-/Schadenszeit)



Diese Befunde müssen aber noch durch Daten aus den Rollenbögen ergänzt werden, wobei man ein etwas anderes Bild erhält. Es wurde ausgezählt, wie viele der weiblichen oder männlichen Fernsehcharaktere sich aggressiv verhalten (vgl. Tab. 2). Hier reduzieren sich die Unterschiede zwischen den Geschlechtern erheblich: Nur mehr 44,4% aller Männer und 37,5% aller Frauen handeln aggressiv, wobei körperliche Formen von Gewalt weiterhin häufiger von Männern ausgeübt werden, verbale Formen aber von Frauen. Der auf Männer zutreffende wesentlich höhere Anteil an der Aggressionszeit ist eventuell auf relativ wenige, aber sehr gewalttätige männliche Fernsehprotagonisten zurückzuführen (diese Deutung ist aber nicht zwingend, da bei den Rollenbögen die Auswertungen von nur 1.143 Personen eingehen, in die ausgewertete Aggressionszeit aber alle im Fernsehen vorkommenden Personen).

Tab. 2: Aggressives Verhalten aufgrund der Auswertungen der Rollenbögen (Angaben in %)

Rollenbogen Aggressives Verhalten		Öffentl.-rechtl.		Privat		Gesamt	
		Männer N=253	Frauen N=179	Männer N=357	Frauen N=354	Männer N=610	Frauen N=533
Art der Aggression	Überwiegend verbal	17.8	20.1	17.6	23.7	17.7	22.5
	Überwiegend physisch	15.4	11.7	29.1	12.7	23.4	12.4
	Beides zu gleichen Teilen	4.3	2.8	3.4	2.5	3.8	2.6
	Kein aggressives Verhalten	62.5	65.4	49.9	61.0	55.1	62.5
Motivation der Aggression	Instrumentelle A.	17.4	8.4	28.3	14.7	23.8	12.6
	Expressive A.	15.0	21.8	13.2	18.6	13.9	19.7
	Destruktive A.	5.1	4.5	8.7	5.6	7.2	5.3
	Kein aggressives Verhalten	62.5	65.4	49.9	61.0	55.1	62.5

Auch bei der Motivation des aggressiven Verhaltens sind Unterschiede zu erkennen: Für die Fernsehfrauen ist Aggressivität häufiger eine expressive Angelegenheit (Ausdruck einer Ärgeremotion), bei den Fernsehmännern häufiger ein instrumentelles Verhalten, das zur Erreichung eines Ziel eingesetzt wird.

Männer sind häufiger physisch aggressiv, Frauen häufiger verbal (vgl. Tab. 3), wobei aber auch der für Frauen sehr hohe Anteil körperlicher Gewaltanwendung zu beachten ist (immerhin 61% der Aggressionszeit entfällt bei den Frauen auf körperliche Aggressionen).

Tab. 3: Form der Aggression, nach Geschlecht

Aggression		Form der aggressiven Handlung					Gesamt
			Physisch	verbal	phys. und verbal	nicht identifizierbar	
Geschlecht des Akteurs/der Akteure	männlich	%	76.6	13.9	8.7	0.8	100.0
		Dauer	549.4	99.6	62.5	5.9	717.4
	weiblich	%	61.0	32.8	4.7	1.6	100.0
		Dauer	90.3	48.5	6.9	2.3	148.0

Auch bei einem Vergleich der Schwere der aggressiven Handlungen (vgl. Tab. 4) nach dem Geschlecht des Aggressors sind bei Frauen die weniger intensiven Gewalteffekte häufiger, bei männlichen Aggressoren sind die schwersten Formen hingegen wesentlich häufiger.

Tab. 4: Tragweite der aggressiven Handlungen nach Geschlecht

Aggression		Tragweite der aggressiven Handlung						Gesamt	
		Stufe I ¹⁾	Stufe II	Stufe III	Stufe IV	Stufe V	Nicht identifizierbar		
Geschlecht des Akteurs/der Akteure	männlich	%	0.9	13.7	20.8	32.8	31.1	0.8	100.0
		Dauer	6.2	98.0	149.3	235.0	223.1	5.8	717.4
	weiblich	%	0.3	35.1	22.1	29.0	12.7	0.9	100.0
		Dauer	0.4	52.0	32.7	42.9	18.8	1.3	148.1

¹⁾ Stufe I heißt, dass die Bedeutung einer aggressiven Handlung im Rahmen des Filmgeschehens nicht erkennbar ist. Die weiteren Stufen stellen eine kontinuierliche Steigerung der Gewalt dar (Stufe V: Schießerei, Mord, Vergewaltigung ...)

Vergleiche mit früheren deutschen Studien, die etwa zehn Jahre zurückliegen, sind nur bedingt möglich; dennoch lassen sich einige Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede erkennen: Nach Groebel/Gleich (1993: 94ff.) sind Männer wesentlich häufiger als Frauen Fernsehtäter (91,3% zu 8,7%). Auch Weiderer (1993: 185) hatte herausgestellt, dass Männer häufiger in der Täterrolle dar-

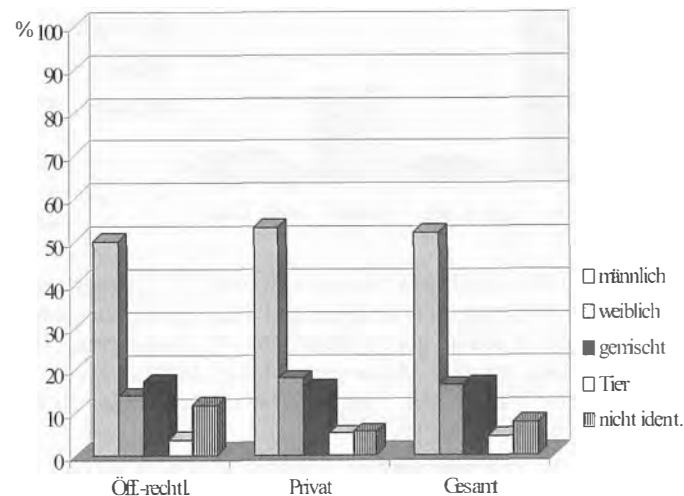
gestellt werden als Frauen: Bei den analysierten Rollenbögen waren bei ihrem Material 85,7% der Männer manchmal oder oft verbal aggressiv, von den Frauen waren dies aber nur 79,3%; körperlich aggressiv waren 43,6% der Fernsehleute und nur 13,8% der Fernsehfrauen.

Die Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Fernsehcharakteren waren also vor zehn Jahren sehr massiv. Im Vergleich dazu sind im gegenwärtigen Material zwar weiterhin Unterschiede erkennbar, diese haben sich aber reduziert. Man könnte der Tendenz nach also davon sprechen, dass sich die im Fernsehen vertretenen Rollenklischees für Männer und Frauen angenähert haben, wobei dies durch eine Brutalisierung (!) der für Frauen entworfenen Rollen erreicht worden ist.

3.2.2 Das Geschlecht des Adressaten/Opfers aggressiver Handlungen und Schadensereignisse

Mehr als die Hälfte der Zeit, bei der ein Opfer im Bild ist, sind Männer (51,8%) zu sehen, Frauen sind vergleichbar den Täterinnen relativ selten in den Opferrollen (16,3%).

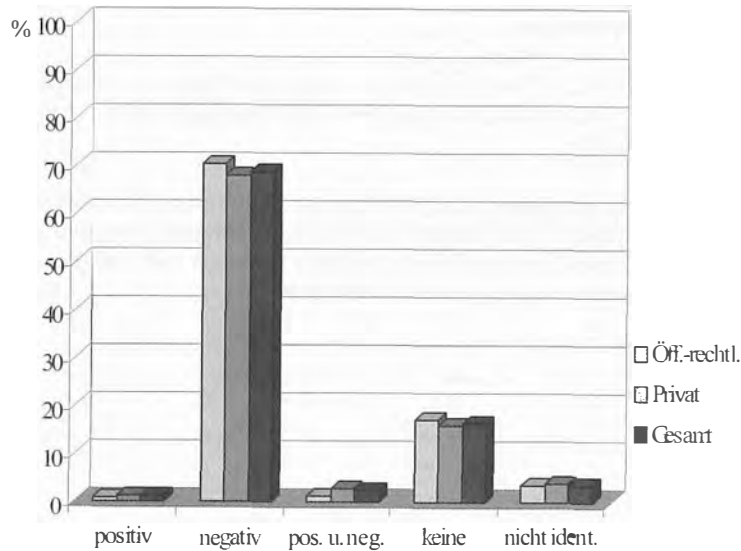
Abb. 3: Geschlecht des Opfers aggressiver Handlungen und Schadensereignisse, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Aggressions-/Schadenszeit)



Unterschiede zwischen den Sendeanstalten sind eher gering, wobei bei den Privaten etwas mehr Opfer weiblich sind (17,8% vs. 13,8% bei den öffentlich-rechtlichen) und auch mehr Täter Frauen sind (13,1% vs. 8,6% bei den öffentlich-rechtlichen; vgl. Abb. 3).

Die negativen Folgen einer aggressiven Handlung für das Opfer dominieren im Fernsehen deutlich (68,9%), von positiven Folgen (1,2%) wird so gut wie nicht ausgegangen (vgl. Abb. 4). Geschlechtsspezifische Unterschiede sind so gut wie nicht erkennbar.

Abb. 4: Konsequenzen für das Opfer, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozente beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Aggressions-/Schadenszeit)



Bereits nach Weiderer (1993: 184) sind Männer viel häufiger Ziel aggressiver Akte (83,1%) als Frauen (28,6%), und zwar sowohl von Frauen als auch von Männern ausgeübter Gewalt (Frau gegen Mann: 63,3%, Frau gegen Frau: 17,8%, Mann gegen Mann: 93,8%, Mann gegen Frau: 34,5%). Auch nach Groebel und Gleich (1993: 9ff.) werden Männer wesentlich häufiger als Frauen zum Opfer von Gewalt (84,6% zu 15,4%).

Es war also bereits zu dem damaligen Zeitpunkt falsch, davon zu sprechen, dass im Fernsehen der männlichen Täterrolle eine weibliche Opferrolle

gegenübersteht, wie dies vielleicht zu einem früheren Zeitpunkt der Fall war (Gerbner et al. 1977); im Gegenteil, Männer waren schon damals – wie auch in der Realität – wesentlich häufiger Opfer von Gewalt als Frauen. Aber auch im Opferbereich hat sich die Männer-Frauen-Relation abgeschwächt: Jetzt werden Männer etwa drei Mal häufiger als Frauen als Opfer dargestellt, bei Groebel und Gleich (1993) waren es noch fünf Mal mehr Männer.

Noch deutlicher wird diese Angleichung der im Fernsehen vertretenen Klischees, wenn man auf die Auswertungen der Rollenbögen zurückgreift (vgl. Tab. 5). Von Frauen und Männern werden der Struktur nach die gleichen Adressaten/Opfer von Gewalt gesucht, allerdings sind die Männer wieder etwa drei Mal so häufig Opfer wie die Frauen.

Tab. 5: Adressat/Opfer aggressiver Handlungen aufgrund der Auswertungen der Rollenbögen (Angaben in %)

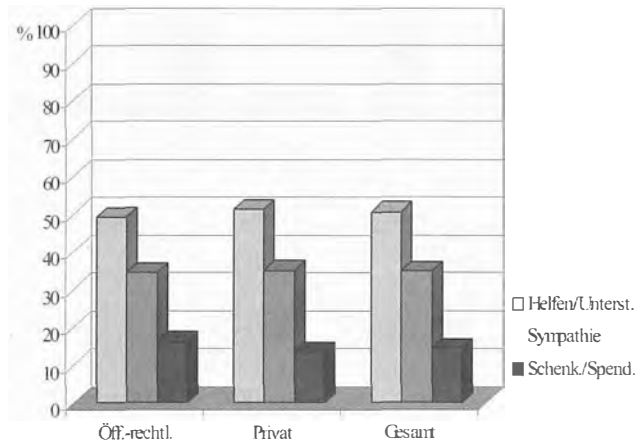
Rollenbogen		Öffentl.-rechtl.		Privat		Gesamt	
		Männer N=253	Frauen N=179	Männer N=357	Frauen N=354	Männer N=610	Frauen N=533
Adressat / Opfer der Aggression	Nur Männer	22.9	15.6	22.4	20.6	22.6	18.9
	Überwiegend Männer	5.9	7.3	12.0	7.3	9.5	7.3
	Nur Frauen	1.6	4.5	6.7	5.4	4.6	5.1
	Überwiegend Frauen	2.4	3.4	5.3	2.0	4.1	2.4
	Beide zu gleichen Teilen	4.0	3.9	3.1	2.8	3.4	3.2
	Eigene Person	0.0	0.0	0.3	0.0	0.2	0.0
	Dinge und Tiere	0.8	0.0	0.3	0.8	0.5	0.6
	Institutionen	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Kein aggressives Verhalten	62.5	65.4	49.9	61.0	55.1	62.5

3.3 Prosozialitätsdarstellungen im Fernsehen

Die psychologische Forschung und auch die in dieser Tradition stehende Medienforschung waren und sind sehr stark auf die Aggressions- und Gewaltthematik fixiert. Nahe liegender Weise wird damit aber nur ein Teil des angebotenen Inhalts der Medien abgedeckt. Zudem, wenn man psychologisch-pädagogische Methoden zur Änderung von unerwünschten Verhaltensweisen entwickeln will – Gewalt und Aggressivität zählen wohl dazu – ist es sinnvoll, die Dispositionen zu analysieren, die einen erwünschten Zielzustand beschreiben. D.h. man muss sich die Frage stellen, was man eigentlich an erwünschten Verhaltensweisen und den diesem Verhalten zugrunde liegenden Denk- und Wertmustern erreichen will. Dies führt zu der Überlegung, dass es auf der einen Seite zwar wichtig ist, die Bedingungen für die Entstehung sozial problematischer Verhaltensmuster zu eruieren, dass man aber für die Änderung unerwünschter Verhaltensmuster an die zu diesen antagonistisch liegenden Dispositionen denken, die es dann als Zielvorstellungen zu erreichen gilt.

Wie einleitend schon festgestellt, ist der Anteil prosozialer Handlungen an der Gesamtsendezeit bei den privaten Anbietern etwas höher als bei den öffentlich-rechtlichen.

Abb. 5: Form und Struktur prosozialer Handlungen, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozente beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Prosozialitätszeit; Prosozialitätsdauer öffentlich-rechtlich: 502.7 min., Prosozialitätsdauer privat: 730.0 min., Prosozialitätsdauer gesamt: 1232.8 min.)

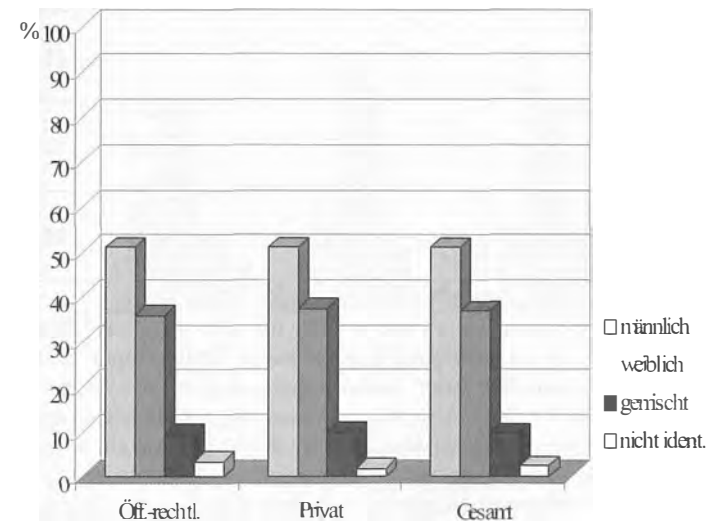


Der Struktur der prosozialen Handlungen nach sind für beide Sendergruppen aber gleiche Häufigkeiten gegeben, d.h. am häufigsten ist die Kategorie Helfen/Unterstützen vertreten, gefolgt von dem Zeigen von Sympathie und von Schenken/Spenden (vgl. Abb. 5).

3.3.1 Geschlecht des prosozial Handelnden und Struktur der prosozialen Handlungen

In früheren Studien verhielt sich Prosozialität zu Aggressivität quasi spiegelbildlich. So führen nach Weiderer (1993: 189f.) weibliche Charaktere wesentlich häufiger prosoziale Handlungen aus als männliche (83,6% zu 57,3%). Frauen waren auch öfter Empfänger (Weiderer 1993: 190) von Prosozialität (65,8%; Zusammenfassung der Kategorien „manchmal“ und „oft“) als Männer (49,7%); dabei erhalten sie von anderen Frauen (34,2%) seltener Prosozialität als von Männern (43,4%); Männer erhalten von Frauen wesentlich häufiger Prosozialität (82,3%) als von Männern (37,9%). Diese Unterschiede kommen in den vorliegenden Daten nicht mehr zum Ausdruck (vgl. Abb. 6):

Abb. 6: Geschlecht des prosozial Handelnden, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Prosozialitätszeit)



Gemessen an der Zeit, in der die Fernsehprotagonisten in prosoziale Handlungen verwickelt sind, sind Männer länger als Frauen als prosozial Handelnde dargestellt, wobei diese Unterschiede für beide Arten von Fernsehangebietern gelten.

Auch nach den Auswertungen der Rollenbögen (vgl. Tab. 6) zeigen etwas mehr Männer (49,8%) als Frauen (44,5%) prosoziales Verhalten, wobei dieser Unterschied durch eine besondere geschlechtsspezifische Akzentuierung bei den privaten Anbietern zustande kommt. Der Struktur der prosozialen Handlungen nach äußern Männer „aktivere“ Formen von Prosozialität (Helfen/Unterstützen sowie Schenken/Spenden), Frauenrollen sind vermehrt durch das Zeigen von Sympathie gekennzeichnet.

Tab. 6: Geschlecht der prosozial Handelnden und Struktur des prosozialen Verhaltens aufgrund der Auswertungen der Rollenbögen

Rollenbogen prosoziales Verhalten		Öffentl.-rechtl.		Privat		Gesamt	
		Männer N=253	Frauen N=179	Männer N=357	Frauen N=354	Männer N=610	Frauen N=533
Art des prosozialen Verhaltens	Überwiegend Helfen/Unterstützen	22.5	17.9	24.4	18.6	23.6	18.4
	Überwiegend Sympathie	13.8	17.9	20.4	22.6	17.7	21.0
	Überwiegend Schenken	9.1	7.8	8.1	3.7	8.5	5.1
	Kein prosoziales Verhalten	54.5	56.4	47.1	55.1	50.2	55.5

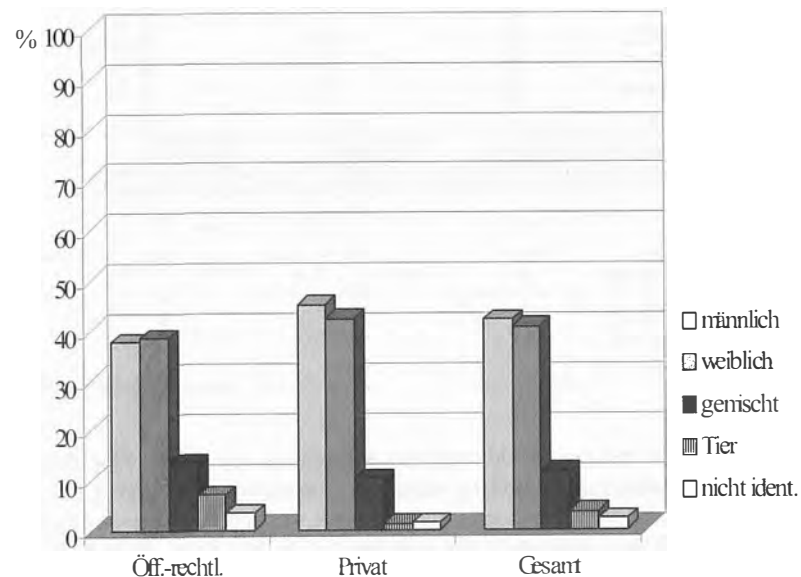
Vergleicht man diese Ergebnisse auch hier wieder mit denen früherer Studien (Weiderer 1993: 191), so ist hinsichtlich prosozialer Rollenträger bei den Fernsehcharakteren ein grundlegender Wandel festzustellen: Weibliche Protagonisten sind nicht mehr überwiegend in prosozialen Rollen dargestellt, ganz im Gegenteil – jetzt sind es die Männer, die sowohl der Anzahl wie auch der Zeit nach häufiger als Geber von Prosozialität dargestellt sind. Man könnte also trotz aller Überschneidungen zwischen den Geschlechtern von

neuen Bildern der Geschlechter im Fernsehen sprechen, wobei der „neue Mann“ häufiger als fürsorglich dargestellt wird als die Fernsehfrau.

3.3.2 Die Empfänger prosozialer Handlungen

Dem zeitlichen Ausmaß nach sind Frauen und Männer in etwa gleichem Ausmaß Empfänger prosozialer Handlungen (vgl. Abb. 7). Obzwar die Dauer prosozialer Handlungen bei den privaten Anbietern etwas höher ist, steht dies nicht in Beziehung mit einer Bevorzugung eines der Geschlechter.

Abb. 7: Geschlecht des Adressaten prosozialer Handlungen, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Prosozialitätszeit)



Aus der Auswertung der Rollenbögen (vgl. Tab. 7) wird noch deutlich, dass jeweils das andere Geschlecht häufiger Empfänger prosozialer Handlungen ist, d.h. Männer verhalten sich häufiger gegenüber Frauen prosozial und Frauen häufiger gegenüber Männern, ein Befund, der z.T. mit traditionellen Vor-

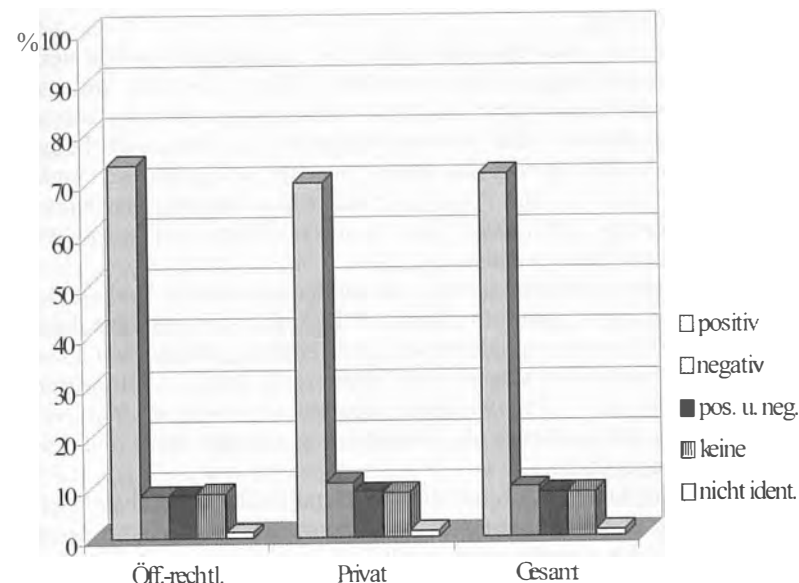
stellungen von Fürsorglichkeit in Verbindung steht, aber auch mit leicht nachsexuellem Werbeverhalten zu tun haben könnte.

Tab. 7: Adressaten des prosozialen Verhaltens nach den Rollenbögen

Rollenbogen prosoziales Verhalten		Öffentl.-rechtl.		Privat		Gesamt	
		Män- ner N=253	Frau- en N=179	Män- ner N=357	Frau- en N=354	Män- ner N=610	Frau- en N=533
Adres- sat des prosozi- alen Ver- haltens	Nur Männer	9.1	16.2	7.8	16.7	8.4	16.5
	Überwiegend Männer	4.7	8.4	8.7	5.6	7.0	6.6
	Nur Frauen	15.0	8.4	24.6	12.7	20.7	11.3
	Überwiegend Frauen	8.7	6.7	5.6	2.3	6.9	3.8
	Beide zu gleichen Teilen	6.7	2.2	6.2	6.8	6.4	5.3
	Eigene Per- son	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0
	Dinge und Tiere	0.8	1.7	0.0	0.0	0.2	0.6
	Institutionen	0.4	0.0	0.0	0.8	0.0	0.6
	Kein proso- ziales Ver- halten	54.5	56.4	47.1	55.1	50.2	55.5

Bei den Folgen prosozialen Verhaltens dominieren nahe liegender Weise die positiven Aspekte (vgl. Abb. 8), sicherlich ungewollte negative Effekte von Prosozialität sind verschwindend selten. Auch werden diese positiven Folgen sehr viel deutlicher dargestellt als dies bei den aggressiven Verhaltensweisen der Fall ist, denn hier waren in ca. einem Drittel der Zeit keine Konsequenzen von Aggressivität feststellbar (vgl. Abb. 2).

Abb. 8: Folgen der prosozialen Handlungen für den Ausführenden, insgesamt und getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten (die Prozentangaben beziehen sich auf die je Anbieter präsentierte Prosozialitätszeit)



4. Rückblick

In der vorliegenden Studie wird ein deutlicher Wandel bei der Darstellung aggressiver und prosozialer Aspekte bei weiblichen und männlichen Fernsehcharakteren deutlich.

Einmal sind beide Verhaltensbereiche in etwa gleicher Dauer im Fernsehen präsentiert; dies könnte dafür sprechen, dass die oft geforderte soziale Verantwortungsübernahme der Fernsehanstalten, verbunden mit einer Reduktion des Gewaltangebots und einer stärkeren Förderung prosozialer Filme vor allem von den Privatanbietern tendenziell umgesetzt wird. Das bedeutet nicht, dass das Fernsehangebot völlig harmlos geworden sei (im Gegenteil, es kommen, um Einschaltquoten zu maximieren, immer wieder völlig abgedrehte

Sendungsformate wie „Jack Ass“ auf den Markt), aber es ist in der Summe ein Trend in eine andere Richtung vorhanden, der keine Verstärkung der action- und gewaltorientierten Unterhaltung bedeutet. Da heute allerdings eine Vielzahl von Medien bereit steht, könnte es sein, dass die Angebote etwa des Computerspielemarktes für diese Themen interessanter geworden sind als die Fernsehlandschaft.

Zentral für die Thematik sind aber die Veränderungen bei den Geschlechtsrollendarstellungen; diese betreffen mehrere Bereiche und müssen auch als gravierend eingeschätzt werden. So scheint – zumindest gemessen an den analysierten Rollen – die Unterrepräsentation von Frauen im Fernsehen deutlich abgeschwächt zu sein und heute nur mehr wenige Prozentpunkte zu betragen, wobei der zeitliche Trend über die beiden vergangenen Jahrzehnte hinweg beschleunigt in Richtung einer gleichen Repräsentation von Frauen und Männern im Fernsehen weist.

Aggressivität – gemessen an der Zeit, in der aggressives Verhalten realisiert wird – ist noch vermehrt an männliche Protagonisten geknüpft, hinsichtlich der Anzahl der sich aggressiv und gewalthaltig gebärdenden Personen sind aber im Vergleich zu den früheren Studien die Unterschiede wesentlich reduziert (männliche 45,1%, weibliche aggressive Rollen 37,5%) worden. Männer werden dabei seltener als gewalttätig geschildert, bei Frauen nimmt dieser Anteil hingegen zu.

Man kann spekulieren, ob mit diesem Trend vielleicht Verhaltenseffekte verbunden sind. Hierbei ist auf zwei Argumentationslinien hinzuweisen: (1) Ausgehend von der sozial-kognitiven Lerntheorie Banduras (1979) müsste man eine solche Vermutung bejahen, da die Ähnlichkeit mit gezeigten fiktionalen Modellen eine wesentliche Bedingung für Modellierungseffekte ist. Es besteht also ein gewichtiger theoretischer Grund zu der Annahme, dass sich hier Wirkungen verstärkt auch für Mädchen und Frauen zeigen können. (2) Dass diese Entwicklung eventuell bereits eingetreten ist, zeigen einige langfristig angelegte Studien aus den USA. Nach den früheren Studien (Eron et al. 1972) wurde kein langfristiger Fernseheffekt des Gewaltmedienkonsums für die beteiligten Mädchen gefunden, in den neueren Studien wurden aber für beide Geschlechter identische Wirkungspfade nachgewiesen (Huesmann et al. 2003). Anders war dies bereits damals in den Laborstudien, in denen Mädchen sehr wohl auf diese medialen Lernangebote reagierten (Paik/ Comstock 1994). Vermutlich lassen sich heute auch die von Susan Hearold (1986) in ihrer Metaanalyse vergleichsweise stärkeren aggressivitätsfördernden Effekte gewalthaltigen Medienkonsums bei Jungen und die stärkeren Prosozialitätseffekte bei Mädchen nicht mehr in gleicher Weise replizieren.

In der längsschnittlichen Studie von Huesmann et al. (2003: 215) sind also Wirknachweise sowohl für Jungen als auch für Mädchen vorhanden und sie waren auch von vergleichbarer Größe. Verwendete man das Ausmaß an

körperlicher Aggression als Zielvariable, trafen die **Medieneinflüsse** auf beide Geschlechter zu, bei Verwendung des Kriteriums indirekte **Aggressionsformen** waren die Beziehungen nur für die Mädchen nachweisbar; dies hängt vermutlich mit dem häufigeren Vorkommen und der größeren Akzeptanz dieser Aggressionsform bei Mädchen zusammen (Huesmann et al. 2003: 207). Für beide Geschlechter hatten neben dem frühzeitigen Gewaltkonsum die frühe Identifikation mit gleichgeschlechtlichen aggressiven Fernsehcharakteren und die Überzeugung, dass diese gewalthaltigen Filme das Leben so zeigen, wie es wirklich ist, eine gewaltstimulierende Bedeutung. Durch die heute gegebenen medialen Vorbilder sind auch für die deutsche Fernsehlandschaft die Voraussetzungen für Gewaltwirkungseffekte bei Mädchen und Frauen optimiert worden.

Huesmann et al. (2003: 217) vermuten zudem, dass diese Änderung hinsichtlich der Medieneffekte auch mit einer Änderung der sozialen Normen, wie sie nun auch für Mädchen gelten, in Zusammenhang zu bringen sei. In der Sozialforschung kommt dies auch insoweit zum Ausdruck, als eine Steigerung der Gewaltkriminalität (Smith/Thomas 2000/Mathews 1996) bei jungen Frauen (sog. „ladettes“) festgestellt werden kann und in den USA bei diesen von einer Wettewitersituation mit Männern hinsichtlich des harten Trinkens, des Fluchens und von Konfrontationsmethoden im sozialen Umgang auszugehen ist (Muncer et al. 2001). Es wird dabei betont, dass sich diese Änderungen nicht nur auf die Erwartungen hinsichtlich geschlechtsadäquaten Verhaltens beziehen, sondern auch auf eine Zunahme gewalttätiger weiblicher Modelle im Fernsehen (auch z.B. in Video-Clips). Sollte diese Änderung normativer Erwartungen eingetreten sein, so entspricht es wiederum den Prinzipien der sozial-kognitiven Lerntheorie, dass nun beide Geschlechter den gelernten aggressiven Skripts folgen, während bei anderen Rollenerwartungen solche Verhaltensweisen einen selbstbestrafenden Effekt im Sinne einer aggressionsunterdrückenden Wirkung nach sich ziehen müssten.

Bei dem Thema Prosozialität waren in den vorliegenden Daten konträre Trends nachzuweisen, von denen ausgehend auch andere langfristige Effekte zu erwarten sind. Die Zuschreibung von Prosozialität zu weiblichen Fernsehprotagonistinnen hat sich deutlich reduziert, dabei haben sich die Unterschiede, die noch bei Weiderer (1993) vorhanden waren, heute umgekehrt: Es sind die Männer, die häufiger prosoziales Verhalten zeigen als die Frauen. Frauen und Männer erhalten aber in etwa gleichem Ausmaß Fürsorglichkeit und Hilfe, wobei ein gegenläufiger Geschlechtstrend zwischen Geber(innen) und Empfänger(innen) von Prosozialität in den Fernsehbildern zum Ausdruck kommt. Es scheint sich in den subjektiven Theorien der Drehbuchschreiber, Regisseure und der anderen an der Medienproduktion beteiligten MacherInnen das Bild des sog. „neuen Mannes“ durchgesetzt zu haben, der durchaus fürsorglich und prosozial sein kann, ohne dass dies zu Rollenkonflikten führt.

Literatur:

- Bandura, A. (1979): Sozial-kognitive Lerntheorie. Stuttgart.
- Berelson, B. R. (1971): Content analysis in communication research. New York.
- Eron, L. D./Huesmann, L. R./Lefkowitz, M. M./Walder L. O. (1972): Does television violence cause aggression? In: *American Psychologist*, 27, S. 253-263.
- Gerbner, G./Gross, L. (1973): Violence profile No. 5. Trends in network television drama and viewer conceptions of social reality. Philadelphia.
- Gerbner, G./Gross, L./Eeley, M. F./Jackson-Beeck, M./Jeffries-Fox, S./Signorelli, N. (1977): TV violence profile No 8: The highlights. *Journal of Communication*, 27, S. 171-180.
- Groebel, J. (1998): The UNESCO Global Study on Media Violence. A Joint Project of UNESCO, the World Organization of the Scout Movement and Utrecht University. Paris. (deutsch: Groebel, J. (2002). Die Globalstudie zur Mediengewalt. Eine vergleichende Untersuchung von UNESCO und LfR. Opladen.
- Groebel, J./Gleich, U. (1993): Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms. Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender. Opladen.
- Head, S. W. (1954): Content analysis of television drama programs. In: *Quarterly of Film, Radio and Television*, 9, S. 175-194.
- Hearold, S. (1986): A synthesis of 1043 effects of television on social behavior. In: *Public Communication and Behavior*, 1, S. 65-133.
- Hickey, N. (1992): How much violence? In: *TV Guide*, August 22, 9-23 (zit. n. Groebel/Gleich, 1993).
- Hofmann, I. (1997): Moral in Fernsehserien. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der TV-Familienserien „Lindenstraße“, „Hotel Paradies“, „Die besten Jahre“ und „Falcon Crest“. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Regensburg.
- Huesmann, L. R./Eron, L. D. (Eds.). (1986): Television and the aggressive child: A cross-national comparison. Hillsdale.
- Huesmann, L. R./Moise-Totus, J./Podolsky, C.-L./Eron, L. D. (2003): Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young Adulthood: 1977-1992. In: *Developmental Psychology*, 39, S. 201-221.
- Ingrisch, M. (1990): Prosozialer Gehalt von Familienserien. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der TV-Familienserien „Mit Leib und Seele“, „Dallas“ und „Erbe der Guldenburgs“. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Regensburg.
- Iwao, S./Sola Pool de, I./Haigwara, S. (1981): Japanese and US media: Some cross-cultural insights into TV violence. In: *Journal of Communication*, 31, S. 28-36.
- Klapper, J. T. (1960): The effects of mass communication - An analysis of research of the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values and behaviour of their audiences. New York.
- Krüger, U. M. (1994): Gewalt in Informationssendungen und Reality TV. In: *Media Perspektiven*, 2/94, S. 72-85.
- Krüger, U. M. (1996): Gewalt in von Kindern genutzten Fernsehsendungen. In: *Media Perspektiven*, 3/96, S. 114-133.

Das Weltbild des Fernsehens.

- Küchenhoff, E. (1975): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart.
- Latané, B./Darley, J. M. (1970): The unresponsive bystander. Why doesn't he help? New York.
- Leitl, C. (1992): Die Darstellung von Suizid und Suizidversuch im Spielfilm. Eine inhaltsanalytische Untersuchung. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Regensburg.
- Logan, C.S. (1950): What our children see. In O.J. Olsen (ed.): *Education on the air: Twentieth Yearbook of the Institute for Education by Radio and Television*. Columbus.
- Lukesch, H. (1989): The impact of culture-specific elements of TV-series for the process of cross-cultural understanding - general considerations, some proposals and preliminary results. In: P. Funke (Ed.), *The process of cross-cultural understanding and basic cultural elements of the USA*. Tübingen, S. 241-267.
- Mares, M.-L./Woodard, E. H. (2001): Prosocial effects on children's social interactions. In: Singer, D. G. / Singer, J. L. (Eds.), *Handbook of children and the media*. Thousand Oaks, S. 183-205.
- Mathews, F. (1996): Violent and aggressive girls. In: *Journal of Child and Youth Care*, 11, S. 1-23.
- Muncer, S./Campbell, A./Jervis, V./Lewis, R. (2001): „Ladettes“, social representations, and aggression. *Sex Roles*, 44, S. 33-44.
- Paik, H./Comstock, G. (1994): The effects of television violence on antisocial behavior: a meta-analysis. In: *Communication Research*, 21, S. 516-546.
- Silbermann, A./Krüger, U. M. (1973): *Soziologie der Massenkommunikation*. Stuttgart.
- Smith, H./Thomas, S. P. (2000): Violent and nonviolent girls: Contrasting perceptions of anger experiences, school, and relationships. In: *Issues in Mental Health Nursing*, 21, S. 547-575.
- Stegmüller, W. (1969): *Probleme und Resultate der Wissenschaftstheorie und Analytischen Philosophie I. Wissenschaftliche Erklärung und Begründung*. Berlin.
- Weiderer, M. (1993): *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus (= Reihe Medienforschung, Band 3)*. Regensburg.
- Wiegman, O./Kuttschreuter, M./Baarda, B. (1992): A longitudinal study of the effects of television viewing on aggressive and prosocial behaviors. In: *British Journal of Social Psychology*, 31, S. 147-164.
- Wilson, B. J./Kunkel/D., Linz, D./Potter, J./Donnerstein, E./Smith, S. L./Blumenthal, E./Gray, T. (1997): *National Television Violence Study, Part I: Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara Study*. Thousand Oaks.
- Wulffen, E. (1913): *Das Kind. Sein Wesen und seine Entartung*. Berlin.