

Emotionen beim Lesen. Geschlechterdifferenzen und Stereotype als Einflussfaktoren

Dissertation
zur Erlangung des akademischen Grades
einer Doktorin der Philosophie
am Fachbereich 1
der Universität Koblenz-Landau

*vorgelegt am 01.07.2020
von Melanie Pohl*

Erstgutachterin: Prof. Dr. Claudia Quaiser-Pohl
Zweitgutachterin: apl. Prof. Dr. Martina Endepohls-Ulpe

Zusammenfassung

Die Studien der vorliegenden Arbeit untersuchen geschlechtsspezifisch-emotionale Reaktionsmuster auf stärkere und weniger stark emotionalisierte Texte verschiedener Textarten zu negativen Themen. Zusätzlich finden verschiedene Ausprägungen von Geschlechterstereotypen und dahingehend mögliche Zusammenhänge mit emotionalen Reaktionen Berücksichtigung. Versuchspersonen wurden mit Textmaterial konfrontiert und sollten daraufhin mit Hilfe des Emotionsfragebogens M-DAS ihre emotionalen Reaktionen bewerten. Frauen zeigten eine stärkere Ergriffenheit in Bezug auf das Textmaterial im Allgemeinen und besonders auf emotionalisiertes Textmaterial. Gemischte Ergebnisse zeigten sich in Bezug auf geschlechertypische Textarten. Eine Sachtextpräferenz der Männer ließ sich ebensowenig signifikant belegen wie die erwartete stärkere Vorliebe der Frauen für literarische Texte. Geschlechtsspezifische Emotionen wurden weitestgehend erwartungskonform berichtet: Frauen reagierten mit stärkerer Angst und Trauer auf das Textmaterial, Männer mit stärkerer Verachtung. Die Ergebnisse in Bezug auf Wut sind gemischt, in einigen Fällen wurde Wut jedoch stärker von den Frauen berichtet. Die Untersuchung der Zusammenhänge zwischen internalisierten Stereotypen ergab Einflüsse hauptsächlich von weiblichen Stereotypen auf emotionale Reaktionen, männliche Stereotype konnten nur in einer Teilfragestellung als Einflussfaktor ausgemacht werden. Emotionsbezogene Stereotype wiesen keine Zusammenhänge mit emotionalen Reaktionen auf. Insgesamt belegen die Ergebnisse der Arbeit, dass sich geschlechterspezifische Unterschiede in emotionalen Reaktionen finden lassen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	vi
Tabellenverzeichnis	vii
1 Einleitung	1
Theoretische Grundlagen	7
2 Das Geschlecht als Untersuchungsgegenstand und als gesellschaftliche Kategorie	7
2.1 Die Wahrnehmung von Geschlecht und Geschlechterrollen im Wandel	7
2.2 Geschlechterstereotype	10
2.3 Geschlechteridentität	12
2.4 Geschlechterforschung in der Psychologie	15
3 Lesen und Leseforschung	19
3.1 Das Lesen von „traditionellen“ Textarten	20
3.1.1 Das Lesen literarischer Texte	21
3.1.2 Das Lesen von Sachtexten	25
3.1.3 Das Lesen journalistischer Texte	28
3.2 „Modernes“ Lesen	32
3.2.1 Lesen im Wandel	32
3.2.2 Lesen im digitalen Zeitalter	35
3.2.3 Einfluss sozialer Medien auf das Lesen	38
3.3 Geschlechterdifferenzen beim Lesen	43
3.3.1 Lesen Frauen und Männer unterschiedliche Texte? . .	45

3.3.2	Lesemotivation und Lesemodi von Frauen und Männern	46
3.3.3	Haben Frauen und Männer unterschiedliche Lesefähigkeiten?	47
4	Emotionen	49
4.1	Probleme der Definition	50
4.1.1	Eine Auswahl an Emotionstheorien	51
4.1.2	Bestandteile von Emotionen und ihre Gewichtung	53
4.2	Basisemotionen als Grundlage für Messinstrumente	54
4.3	Geschlechterdifferenzen in Bezug auf Emotionen	57
4.3.1	Emotionsbezogene Geschlechterstereotype	58
4.3.2	Gibt es geschlechtsspezifische Emotionen?	60
4.3.3	Sind Frauen und Männer unterschiedlich stark empfänglich für Emotionen?	67
5	Emotionen beim Lesen	69
5.1	Das dynamisch-transaktionale Modell der Medienwirkung	70
5.2	Emotionalisierung und Emotionspotenzial in Texten	74
5.2.1	Emotionen als Reaktion auf literarische Texte	79
5.2.2	Emotionen als Reaktion auf journalistische Texte	81
5.2.3	Emotionen im Kontext von Texten in sozialen Medien	84
5.2.4	Emotionen im Zusammenhang mit Sachtexten	87
6	Fragestellungen und Hypothesen	89
	Untersuchung von Emotionen beim Lesen	95
7	Die durchgeführten Studien	95
7.1	Studiendesign	96
7.2	Aufbau	97
7.3	Untersuchungsverfahren	98
7.3.1	Der Umgang mit dem verwendeten Textmaterial	98
7.3.2	Der Emotionsfragebogen M-DAS	100
8	Studie I: Journalistische und literarische Texte im Vergleich	104
8.1	I – Methode	105
8.1.1	I – Stichprobe	105

8.1.2	I – Material	105
8.1.3	I – Stimulusmaterial	106
8.1.4	I – Ablauf	108
8.2	I – Ergebnisse	109
8.2.1	I – Ergriffenheit	109
8.2.2	I – Geschlechtertypische Textarten	110
8.2.3	I – Geschlechtsspezifische Emotionen	111
8.3	I – Diskussion	112
8.3.1	I – Ergriffenheit	113
8.3.2	I – Geschlechtertypische Textarten	114
8.3.3	I – Geschlechtsspezifische Emotionen	114

9 Studie II: Emotionale Reaktion und Berücksichtigung von Stereotypen 117

9.1	II Methode	117
9.1.1	II – Stichprobe	118
9.1.2	II – Material	118
9.1.3	II – Ablauf	125
9.2	II – Ergebnisse	125
9.2.1	II – Ergriffenheit	125
9.2.2	II – Geschlechtertypische Textarten	126
9.2.3	II – Geschlechtsspezifische Emotionen	127
9.2.4	II – Internalisierte Stereotype und emotionale Reaktionen	128
9.3	II – Diskussion	131
9.3.1	II – Ergriffenheit	131
9.3.2	II – Geschlechtertypische Textarten	133
9.3.3	II – Geschlechtsspezifische Emotionen	135
9.3.4	II – Internalisierte Stereotype und emotionale Reaktionen	136

10 Studie III: Emotionale Reaktion, Stereotype und Emotionsstereotype 138

10.1	III – Methode	139
10.1.1	III – Stichprobe	140
10.1.2	III – Material	140
10.1.3	III – Ablauf	145

10.2	III – Ergebnisse	145
10.2.1	III – Ergriffenheit	145
10.2.2	III – Geschlechtertypische Textarten	146
10.2.3	III – Geschlechtsspezifische Emotionen	147
10.2.4	III – Allgemeine Stereotype und Emotionsstereotype	148
10.3	III – Diskussion	152
10.3.1	III – Ergriffenheit bei emotionalen Texten	153
10.3.2	III – Geschlechtertypische Textarten	153
10.3.3	III – Geschlechtsspezifische Emotionen	154
10.3.4	III – Stereotype und Emotionsstereotype	155
Zusammenführung		159
11 Abschließende Diskussion		159
11.1	Ergriffenheit	159
11.2	Geschlechtertypische Textarten	160
11.3	Geschlechtsspezifische Emotionen	162
11.4	Auswirkungen der Stereotype	165
11.5	Allgemeine abschließende Betrachtungen	167
12 Implikationen		171
Literaturverzeichnis		176
Anhang		201
A I - Pilotstudie		201
A.1	I - Fragebogen	201
A.2	I - Stimulusmaterial	208
A.2.1	Gedicht	208
A.2.2	Kurzgeschichte	209
A.2.3	Emotionaler Zeitungsartikel	210
A.2.4	Sachlicher Zeitungsartikel	212
B II - Zweite Studie		215
B.1	II - Fragebogen	215
B.2	II - Stimulusmaterial	225

B.2.1	Emotionaler Zeitungsartikel	225
B.2.2	Sachlicher Zeitungsartikel	226
B.2.3	Emotionale Kurzgeschichte	227
B.2.4	Sachliche Kurzgeschichte	228
B.2.5	Emotionales Social Media-Posting	228
B.2.6	Sachliches Social Media-Posting	229
B.2.7	Sachtext	230
C	III - Dritte Studie	232
C.1	III - Fragebogen	232
C.2	III - Stimulusmaterial	239
C.2.1	Sachtext	239
C.2.2	Social Media-Thread	239
C.2.3	Emotionaler Zeitungsartikel	240
C.2.4	Sachlicher Zeitungsartikel	241
	Eigenständigkeitserklärung	243

Abbildungsverzeichnis

7.1	Itemblock aus dem M-DAS-Fragebogen	102
-----	--	-----

Tabellenverzeichnis

7.1	<i>Skalen der M-DAS</i>	101
8.1	<i>I: Ergriffenheit bei emotionalen Texten</i>	110
8.2	<i>I: Interesse im Textartenvergleich</i>	110
8.3	<i>I: Weiblich konnotierte Emotionen</i>	111
8.4	<i>I: Männlich konnotierte Emotionen</i>	111
9.1	<i>II: Verteilung der Stimulustexte</i>	123
9.2	<i>II: Ergriffenheit</i>	126
9.3	<i>II: Interesse an den Textarten</i>	126
9.4	<i>II: Weiblich konnotierte Emotionen</i>	127
9.5	<i>II: Männlich konnotierte Emotionen</i>	127
9.6	<i>II - Verteilung der Stereotypausprägung</i>	129
9.7	<i>II - Faktoren</i>	130
9.8	<i>II - Korrelationen</i>	130
10.1	<i>III: Ergriffenheit</i>	146
10.2	<i>III: Interesse</i>	146
10.3	<i>III: weiblich konnotierte Emotionen</i>	147
10.4	<i>III: männlich konnotierte Emotionen</i>	148
10.5	<i>III - Verteilung der Stereotypausprägung</i>	149
10.6	<i>III - Geschlechterunterschiede bei Stereotypen</i>	150
10.7	<i>III - Faktoren</i>	150
10.8	<i>III - Prädiktoren für negative Emotionen</i>	151
10.9	<i>III - Prädiktoren für wertfreie, zugewandte Emotionen</i>	152
10.10	<i>III - Prädiktoren für positive Emotionen</i>	152

1 Einleitung

Lesen ist zugleich eine vernachlässigte und enorm populäre Kulturtechnik. Häufig wird heutzutage beklagt, dass die Menschen weniger lesen als früher und vor allem Kinder lieber ihre Zeit vor verschiedenen Bildschirmen verbringen, als ein Buch zur Hand zu nehmen. Die Zahl der Menschen, die regelmäßig ein Buch lesen, vielleicht sogar mehrmals pro Woche, geht seit 2013 stetig zurück (Schneller, 2019). Der Begriff *Lesen* wird hierbei oft als Beschreibung für das Lesen von Büchern zum Vergnügen betrachtet, meint aber im wörtlichen Sinne eigentlich nur das Entziffern von Buchstaben, und zwar unabhängig davon, worauf diese Buchstaben abgebildet werden. Dementsprechend ist das Lesen als Kulturtechnik an sich durch das Internet extrem populär und aus dem Alltag kaum wegzudenken. Soziale Kontakte werden beispielsweise häufig gepflegt durch Social Media- oder Messenger-Apps auf dem Smartphone, Menschen suchen ihre alltäglichen Informationen oder auch kurzweilige Unterhaltung auf Webseiten, Blogs oder den Online-Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften. Kommentarspalten unter Zeitungsartikeln, verschiedene Foren und Diskussionsboards bieten ihnen gleichzeitig Möglichkeiten zur Partizipation und zum Austausch mit anderen über die Ereignisse in der Welt oder im eigenen Leben. Diese Vorgänge erfordern üblicherweise eine gewisse Lesefähigkeit von den beteiligten Personen, denn selbst, wenn zum Beispiel Podcasts, Sprachnachrichten und Videohosting-Plattformen oft andere Kanäle der Informationsaufnahme und des Austauschs ansprechen, müssen die Nutzenden die Navigation durch das Internet bis dahin bewältigt haben, was üblicherweise eben durch Lesen und Schreiben geschieht. Die Verbindung zwischen Lese- und Medienkompetenz ist somit sehr stark (Lange, 2019). Da dieses „Lesen nebenbei“ durch die Benutzung des Internets und vor allem des oft allgegenwärtigen Smartphones bei vielen Menschen sehr stark in den Alltag integriert ist, wird auch

die Bandbreite an verschiedenen, regelmäßig konsumierten Textarten größer. Zudem ist der Schluss naheliegend, dass auch dessen Einfluss auf das Leben, auf Meinungen und Einstellungen der Nutzenden immer mehr steigt, vor allem unter jungen Menschen (Smith & Anderson, 2018).

In Bezug auf das Lesen im Alltag ist der Blick auf verschiedenen Textarten besonders wichtig: Literarische Texte, Social Media-Postings, Zeitungsartikel, Sachtexte oder gar persönliche Briefe, all diese Textarten haben ihre ganz eigenen Eigenschaften und auch jeweils einen ganz unterschiedlichen Zweck, sowohl für Schreibende, als auch für Lesende. Daher lösen sie wohl auch ganz unterschiedliche Reaktionen beim Lesen aus, die sowohl kognitive als auch emotionale Prozesse betreffen können. Hier kann es zu Wissenserwerb kommen, zur Änderung von Einstellungen und Vorstellungen von der Welt, aber eben auch zu emotionalen Reaktionen: Lesende freuen sich, lachen über Textmaterial, reagieren verärgert oder regelrecht wütend über das, was ihnen in den Texten begegnet. Überhaupt scheint es beinahe unmöglich, den Begriff des Lesens von dem der *Emotionen* zu trennen, vor allem mit Blick auf das beliebte literarische Lesen, das eben häufig zum Vergnügen betrieben wird. Doch auch andere Textarten lösen Emotionen aus, ebenso wie im Grunde alle anderen Medien, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Diese emotionalen Reaktionen allerdings sind Lesenden nicht immer bewusst, gerade bei Textsorten, die tendenziell wegen ihres informativen Gehalts ausgewählt werden. Doch auch in solchen Texten werden nicht selten Emotionalisierungsstrategien – manchmal sogar gezielt – eingesetzt, um das Lesen interessanter zu gestalten und größere Zielgruppen anzusprechen (Jahr, 2000).

Der Begriff Emotion ist im Alltag bereits mit einer „gefühlten“ Definition belegt, die aber nicht unbedingt wissenschaftlich korrekt und ausreichend ist, um darauf eine empirische Untersuchung aufzubauen. In der Forschung werden hier verschiedenen Perspektiven eingenommen, es existieren zahlreiche Emotionstheorien und die verschiedenen Bestandteile von Emotionen sind ebenfalls nicht abschließend einheitlich definiert. Im Alltag allerdings sind Emotionen auch ohne genaue Definition von großer Bedeutung, und zwar in fast allen Lebensbereichen. Sie beeinflussen viele Prozesse und Abläufe des menschlichen Lebens, zwischenmenschliche Beziehungen und Entschei-

dungen des Alltags, und zwar sowohl bewusst als auch unbewusst. Nicht umsonst wird beispielsweise in der Werbeindustrie häufig gezielt die Emotion des Betrachters angesprochen. Entsprechend ist der Blick auf Emotionen beim Lesen im Alltag sowie auf mögliche gegenseitige Einflussnahme zwischen Emotionen und Eigenschaften der Lesenden von großem Interesse für ein tieferes Verständnis dessen, wie Texte Menschen beeinflussen können.

Mehr noch als die beiden vorangegangenen Begriffe Lesen und Emotion ist das *Geschlecht* ein oft sehr stark mit Bedeutung aufgeladenes Wort. Im praktischen Lebensalltag scheint *Geschlecht* als Kategorie für viele Menschen einfach in der Unterscheidung zwischen weiblich und männlich zu funktionieren, wie es sich auch in ganz alltäglichen Elementen wie beispielsweise dem Gendermarketing niederschlägt. Hier finden sich zum Beispiel ganz selbstverständlich Produkte wie Shampoo, Rasierer und Hautcreme „for men“ and „for women“. Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen werden im Alltag immer wieder aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet und können schnell zum Reizthema werden, wenn unter Einbeziehung von Klischees, Stereotypen und subjektiv empfundenen „Naturgegebenheiten“ diskutiert wird. In Bezug auf viele Alltagsphänomene wurden zahlreiche oft populärwissenschaftliche Bücher geschrieben, die belegen oder behaupten, wie unterschiedlich die Geschlechter seien - oder wie ähnlich sie sich sind. Hier öffnet sich ein großer Themenkomplex mit einer großen Menge an Forschung und Betrachtungen aus verschiedenen Disziplinen, und es herrscht große Uneinigkeit selbst zentrale Kernfragen betreffend. Gibt es von Geburt an „natürliche“ Unterschiede zwischen Frauen und Männern? Wenn ja, welche? Haben sie unterschiedliche Gehirne, unterschiedliche Begabungen und entsprechend auch unterschiedliche Sichtweisen auf die Welt? Oder sind alle Unterschiede anerzogen, gesellschaftlich bedingt und künstlich geschaffen? Hier scheiden sich selbst innerhalb der Psychologie die Geister.

Als Basis für die empirischen Untersuchungen der vorliegenden Arbeit wird aufgrund der oben genannten grundlegenden Bedeutung zunächst das Geschlecht als Untersuchungsgegenstand in der Psychologie umrissen. Auch hier ergeben sich vielschichtige Betrachtungsweisen und es ließe sich einiges dazu sagen, wovon allerdings weite Teile zwar interessant sind, aber mit Blick auf das Thema dieser Arbeit zu weit führen würden. Entsprechend werden in dem Kapitel 2 auch nur die grundlegenden Elemente dieser um-

fassenden Thematik ausgewählt, die bei der Ausarbeitung der empirischen Arbeiten eine Rolle gespielt haben und für deren Verständnis und Interpretation zentral sind.

Als Grundlage für diese empirischen Untersuchungen wird anschließend im Kapitel 3 der Bereich Lesen und Leseforschung vorgestellt, wobei wohl das traditionelle Lesen als auch der Wandel des Lesens eine Rolle spielen. Dieser Wandel hängt in den letzten Jahrzehnten eng mit der Entwicklung neuer Medien zusammen. Hier schließt sich eine Betrachtung der Geschlechterdifferenzen beim Lesen an, die unter anderem unterschiedliches Leseverhalten und unterschiedliche Interessen von Frauen und Männern beleuchtet.

Als weiterer zentraler Themenkomplex dieser Arbeit werden in Kapitel 4 Emotionen thematisiert, wobei zunächst die Problematik der klaren Definition von Bedeutung ist, die schließlich in Form der Emotionstheorien überleitet zu den Basisemotionen, die die Grundlage für das in dieser Arbeit verwendete Messinstrument bilden. Schließlich werden auch in diesem Kapitel Geschlechterdifferenzen thematisiert, indem sowohl Geschlechterstereotype als auch empirisch belegte Unterschiede zwischen erwachsenen Frauen und Männern vorgestellt werden.

Zusammengeführt werden im Anschluss im Kapitel 5 die Bereiche Emotionen und Lesen, die eine der Hauptsäulen dieser Arbeit bilden. Hier wird ein zentrales Modell der Medienwirkung für das weitere Arbeiten vorgestellt, anschließend der Emotionalisierungsbegriff näher erläutert, um dann auf Besonderheiten der emotionalen Reaktionen auf verschiedene Textarten einzugehen.

Um die drei Hauptfaktoren Geschlecht, Emotion und Lesen letztendlich zu dem Thema *Geschlechterdifferenzen im Bezug auf Emotionen beim Lesen* zusammenzuführen, wurde eine Reihe an Fragestellungen entworfen, von denen drei zentral für alle drei Studien dieser Arbeit sind. Der Bezug auf die Stereotype wurde in der zweiten Studie hinzugenommen und dann in der dritten Studie nochmals weitergehend untersucht.

Die erste der drei zentralen Fragestellungen thematisiert den Lesemodus und untersucht, ob sich das „typisch weibliche“ beziehungsweise „typisch männliche“ Leseverhalten dahingehend wiederfinden lässt, dass Frauen eine stärkere Ergriffenheit als Reaktion auf das Textmaterial zeigen. Zweitens

ist die Frage nach den Textarten interessant, denn Befragungen zeigten in der Vergangenheit Geschlechterunterschiede im Bezug auf die bevorzugten Textarten. Die Frage lautet hierbei, ob diese in Selbsteinschätzungen und Befragungen gewonnenen Daten über die bevorzugten Textarten von Frauen und Männern sich in der Praxis finden lassen und sich hier in unterschiedlich ausgeprägtem Interesse an den Texten niederschlagen. Die dritte übergreifende Fragestellung der Arbeit schließlich untersucht, ob sich die geschlechtstypischen Emotionen, wie sie in theoretischen Untersuchungen in der Vergangenheit zeigten, auch in den emotionalen Reaktionen beim Lesen wiederfinden lassen. Ergänzend kommt in der zweiten Studie die Frage hinzu, ob sich Zusammenhänge zwischen den internalisierten allgemeinen Stereotypen und den emotionalen Reaktionen der Versuchspersonen finden lassen. Diese Fragestellung wird in der dritten Studie noch einmal durch den zusätzlichen Fokus auf emotionsbezogene Stereotype präzisiert.

Mit Blick auf die verwendeten Kernbegriffe *Geschlecht*, *Lesen* und *Emotion* bewegt sich diese Arbeit fortlaufend in Grenzbereichen zu anderen wissenschaftlichen Disziplinen. Mit dem Lesen kommen beispielsweise automatisch eine linguistische und auch eine literaturwissenschaftliche Perspektive hinzu, und auch in diesen Bereichen wurden die Verbindungen von Lesen und Emotion bereits untersucht. Eine soziologische Perspektive lässt sich im Grunde genommen auf alle Kernbegriffe einnehmen und schließlich kann mit den Geschlechterunterschieden auch ein Blick in Richtung Gender Studies geworfen werden, um nur die wichtigsten Beispiele zu nennen. Es ist demnach wenig sinnvoll, Veröffentlichungen aus diesen Disziplinen nicht in das theoretische Fundament der Arbeit einzubeziehen, zumal viele dieser Erkenntnisse wiederum durch interdisziplinäres Arbeiten gewonnen wurden. Dennoch werden diese Arbeiten stets aus dem Blickwinkel psychologischer Forschung betrachtet und der Schwerpunkt der Dissertation liegt auf der psychologischen Basis für das empirische Arbeiten.

Mit dem Wissen darüber, welche Macht Sprache haben kann, bemüht sich diese Arbeit um die Verwendung möglichst geschlechtsneutraler Formulierungen und Begriffe. Daher werden wann immer möglich geschlechtsneutrale Wortvarianten benutzt, beispielsweise solche mit der Endung -ende. Wo das nicht möglich ist, wird das sogenannte Gendersternchen verwendet.

Erster Teil:
Theoretische Grundlagen

2 Das Geschlecht als Untersuchungsgegenstand und als gesellschaftliche Kategorie

In der vorliegenden Arbeit geht es um Geschlechterdifferenzen, weshalb der Geschlechterbegriff von zentraler Bedeutung für alle Teilbereiche ist und daher hier thematisiert werden soll. Aufgrund verschiedener Alltagsbezüge und der recht großen Bandbreite an Meinungen und Blickwinkeln in der Forschung ist der Begriff an sich schon kein einfacher und daher kann an dieser Stelle nur eine Einordnung mit Bezug auf das Thema der vorliegenden Arbeit vorgenommen werden. Vielleicht, weil das Geschlecht eines Menschen oft zu den grundlegendsten seiner bzw. ihrer Eigenschaften gezählt wird, können der Gebrauch dieses Begriffes und die „richtige“ Sichtweise sehr unterschiedlich sein. Im folgenden Kapitel wird zunächst im Allgemeinen die Wahrnehmung des Faktors Geschlecht und der damit verbundenen Rollen und Stereotypen betrachtet, um dann die Geschlechteridentität in den Fokus zu nehmen. Im nächsten Abschnitt wird die Geschlechterforschung in der Psychologie thematisiert, um Grundlagen für die empirische Auseinandersetzung damit zu schaffen.

2.1 Die Wahrnehmung von Geschlecht und Geschlechterrollen im Wandel

Das Denken in den beiden Kategorien *Frau* und *Mann* ist traditionell stark verankert und auch weitgehend in den gesellschaftlichen bzw. staatlichen Strukturen wie Ehe und Familie rechtlich institutionalisiert (Kuster, 2019).

Diese recht simple und binär orientierte Sichtweise wird bereits seit mehreren Jahrzehnten in Frage gestellt, beginnend bereits mit den Gedanken von Simone de Beauvoir. Einen wichtigen Meilenstein in der Art, wie Geschlecht, Geschlechteridentität und -verhältnisse diskutiert werden, stellt Judith Butler mit ihrem Denkansatz von Geschlecht als *performance* anstelle einer grundlegenden biologischen Unterscheidung dar (Butler, 1991). In ihren Veröffentlichungen wurden und werden die tradierten Denkweisen aufgebrochen und die Diskussion um Geschlechterrollen nicht als Eigenschaften, sondern als Verhaltensweisen angestoßen. Der Begriff der **Geschlechterrollen** ist zentral, wenn es um das Verständnis und die Untersuchung des Verhaltens von Frauen und Männern geht. Geschlechterrollen sind eng verknüpft mit dem Themenbereich der sozialen Rollen, die als Verbindungselement zwischen Gesellschaft und Einzelperson betrachtet werden. Die Geschlechterrollen beschreiben Eagly und Wood (2016) als Folge einer Arbeitsteilung zwischen Frauen und Männern, die ursprünglich wurzelte in einer Kombination aus physischen Unterschieden auf der einen Seite – die zumeist größere Kraft der Männer und die Möglichkeit der Frauen, Kinder zu gebären – sowie der sozialen Struktur der Gesellschaft und ökologischen sowie wirtschaftlichen Faktoren auf der anderen Seite. Es entwickelten sich im Rahmen dieser Arbeitsteilung Vorstellungen in Bezug auf Geschlechterrollen, die sich anschließend wieder durch Sozialisation auf die Strukturierung der Arbeitsteilung auswirken. **Frauen werden hier beispielsweise eine stärkere Gemeinschaftsorientierung und ein Fokus auf Werte wie Häuslichkeit zugeschrieben, Männern hingegen Handlungsorientierung und dominanteres Verhalten.** Diese Geschlechterrollen wiederum wirken sich durch hormonelle und soziale Regulation sowie Prozesse der Selbstregulation auf geschlechterspezifische Emotionen, Kognitionen und auch das Verhalten aus (Eagly & Wood, 2016). Die subjektive Wahrnehmung in Bezug auf Geschlechterrollen und geschlechtstypische Unterschiede ist allerdings nicht mehr nur von tatsächlichen (etwa physischen) Unterschieden abhängig, so zeigt sich beispielsweise, dass Menschen die Unterschiede zwischen Frauen und Männern also umso größer wahrnahmen, je ausgeprägter ihre Zustimmung zu sexistischen (also vorurteilsbehafteten) Positionen ist – interessanterweise gilt dies ebenfalls für „wohlwollenden“ Sexismus (Zell, Strickhouser, Lane & Teeter, 2016).

Insgesamt wird der Begriff der Geschlechterrollen in der Forschung mit leicht

unterschiedlichem Fokus verwendet. Während beispielsweise Forschende wie Eagly und Wood (2016) sowohl die beschreibenden als auch gesellschaftlich bindende Anteile sehen, wird häufig ein Fokus auf letzteres gesetzt. „In jedem Falle aber liegt die Betonung beim Geschlechterrollenkonzept auf den sozial geteilten Verhaltenserwartungen, die sich auf Individuen aufgrund ihres sozial zugeschriebenen Geschlechts richten“ (Eckes, 2008, S.178).

Insgesamt scheint sich in der Gesellschaft in weiten Teilen ein Denken durchgesetzt zu haben, dass Geschlechterrollen nicht mehr von großer Bedeutung sind – schließlich könne jede*r selbst entscheiden, was und wie er oder sie sein möchte und welche Tätigkeit er oder sie ausübt. Dieser Gedanke mit starkem Fokus auf Individualität vernachlässigt allerdings eben die starke auf geschlechterbinärem Denken basierende Prägung, die Menschen in ihrem Leben erfahren und ignoriert die Strukturen, in denen Menschen aufwachsen und in denen sie leben. „Das Geschlecht, das Lebenschancen und Status zuweist“ (Scheffler, 2008, S.664) wird dabei vernachlässigt, vielleicht auch oft, um die Auseinandersetzung mit den prägenden Mustern und deren Folgen zu vermeiden. Sofern überhaupt eine Ungleichbehandlung in verschiedenen Bereichen wahrgenommen wird, geschieht es häufig, dass diese als „naturgegeben“ betrachtet wird. Verhaltensunterschiede zwischen erwachsenen Frauen und Männern beispielsweise werden so „als Ausdruck und Beweis ihrer natürlich-biologischen Differenz“ (Kuster, 2019, S.9) angesehen. Je mehr die Menschen in ihrem Alltag Frauen und Männer in geschlechtertypischen Rollen beobachten, desto stärker glauben sie, dass diese Rollen auf einer natürlichen Verteilung auf Basis der inhärenten Eigenschaften der Geschlechter basieren (Wood & Eagly, 2012).

In Bezug auf das konkrete Arbeiten mit dem Begriff *Geschlecht* wird eine Abgrenzung vorgenommen zwischen dem biologischen Geschlecht, auch *Sex* genannt, und der sozialen bzw. kulturell konstruierten Geschlechtsvorstellung, *Gender* (Connell, 2012). Diese Unterscheidung stammt ursprünglich aus dem Englischen, findet aber auch im Deutschen Anwendung, weil sie eine größere sprachliche Präzision ermöglicht und in knapper Form verdeutlicht, mit welchem Konzept genau gearbeitet wurde. Hinzu kommt, dass etwa seit den 1970er Jahren *Gender* in der Psychologie nicht mehr als binäre Einordnung wahrgenommen wurde, sondern als Spektrum, bei dem

männlich und *weiblich* als entgegengesetzte Enden derselben Skala betrachtet wird. Dies erlaubt den Schritt hin zu einer fließenden Einordnung und beispielsweise auch die Wahrnehmung und Sichtbarwerdung einer androgynen Mitte (LaFrance, Paluck & Brescoll, 2004).

2.2 Geschlechterstereotype

Eng verbunden mit den Geschlechterrollen sind Geschlechterstereotype, die als „consensual beliefs about the attributes of women and men“ (Eagly & Sczesny, 2019, S.5) in ganz unterschiedlicher Form auftreten können. Sie treten beispielsweise als Meinungen bzw. Vorgaben auf über Körperformen und -eigenschaften, Persönlichkeitsmerkmale oder das Rollenverhalten in Familien und Beziehungen zwischen Männern und Frauen (Athenstaedt & Alfermann, 2011). Weil in diesen stereotypen Vorstellungen oft sowohl der soziale Kontext als auch individuelle Unterschiede zwischen verschiedenen Frauen bzw. verschiedenen Männern keine ausreichende Beachtung finden, wird häufig der Fehlschluss gezogen, dass unveränderliche biologische Ursachen für die subjektiv wahrgenommenen Geschlechterunterschiede verantwortlich sind (Brody & Hall, 2008).

Stereotype allgemein haben auch über die Geschlechterthematik hinaus einen großen Einfluss auf das Denken der Menschen, denn sie beinhalten Kategorien für Wahrgenommenes und beschleunigen die Verarbeitung von Informationen. Durch Zugriff auf die kategorisierten Informationseinheiten auf Basis weniger aufgenommener Informationen können Situationen und Personen schnell und unkompliziert beurteilt werden. Eine Funktion der Stereotype ist es also, die Umwelt so zu abzuspeichern, dass ihre Verarbeitung schneller und einfacher verlaufen kann. Durch dieses kategorisierte Wissen kann insgesamt die Navigation im sozialen Leben vereinfacht werden, weil so auch Verhaltens- und Interessensvorhersagen in Bezug auf (relativ) unbekannte Menschen möglich sind. Auf diese Weise können sich Stereotype allerdings auch nachteilig auswirken, indem sie zu Falschannahmen verleiten oder sich auf lange Sicht sogar von deskriptiven Kategorien zu präskriptiven Regeln entwickeln, sodass aus vermeintlich typischen Verhaltensweisen von Menschen mit bestimmten Eigenschaften – wie eben ihrem Geschlecht, aber auch der Zugehörigkeit zu Berufsgruppen oder Nationalitäten – auch

Erwartungen an die Mitmenschen werden (Athenstaedt & Alfermann, 2011; Hentschel, Heilman & Peus, 2019; Koenig, 2018). Unabhängig von den tatsächlichen Fähigkeiten der Menschen werden diese Erwartungen dann gesellschaftlich weitergegeben und können im Extremfall vorschreiben, wie Menschen sich zu verhalten haben. Abweichungen von diesen Regeln wiederum können zu Irritationen, sozialer Ausgrenzung und Diskriminierung führen und somit für Individuen, die sich nicht „regelkonform“ verhalten, problematisch werden (Athenstaedt & Alfermann, 2011; Koenig, 2018).

Hentschel et al. (2019) fassen verbreitete Geschlechterstereotype aus der langjährigen Forschung zusammen. Bereits im Rahmen der Geschlechterrollen angesprochen wurde die schon lange bestehende Geschichte der Arbeitsteilung, in der Frauen zumeist mit der Arbeit und Sorge um Familie und Haus betraut waren, sodass in Folge insgesamt Fürsorglichkeit und Häuslichkeit als weibliche Attribute angesehen werden. Größere Handlungsmacht und das Übernehmen von Kontrolle sind eher männlich stereotypisiert, während Frauen ein stärkerer Gemeinschaftssinn und bessere zwischenmenschliche Fähigkeiten zugeschrieben werden. Im beruflichen Umfeld sind weiblich konnotiert eher die „people-oriented, service occupations rather than things-oriented, competitive occupations, which have traditionally been occupied by men“ (Hentschel et al., 2019, S.9). Die strikte Aufteilung der Frauen und Männer in *Hausfrau* und *berufstätiger Vater* ist allerdings nicht mehr gültig und insgesamt hat in den letzten Jahrzehnten ein Wandel bezüglich der Sichtweise auf Frauen und Männer zu verzeichnen. Zahlreiche Studien belegen die Veränderung der Geschlechterstereotype, wie eine Metaanalyse von Studien aus sieben Jahrzehnten Geschlechterforschung zwischen 1946 und 2018 von Eagly, Nater, Miller, Kaufmann und Sczesny (2020) verdeutlicht. Die Autor*innen zeigen, dass mit dem Wandel der Geschlechterrollen auch ein Wandel der Stereotype einherging. So stieg beispielsweise der Prozentsatz an Menschen, die Frauen und Männern dasselbe Ausmaß an Intelligenz und Kompetenz zuschrieben. Allerdings zeigte sich auch, dass sich der Prozentsatz der Menschen, die Gemeinschaftsorientierung überwiegend Frauen zuschreiben, massiv angestiegen ist, was die Autor*innen dem Umstand zuschreiben, dass mit dem verstärkten Einstieg in die Berufswelt eine Häufung von Frauen in Berufen mit sozialer Konnotation stattgefunden hat. Durch diese Beobachtungen verstärkte sich das Stereotyp, dass Frauen von Natur

aus stärker sozial und gemeinschaftlich orientiert sind (Eagly et al., 2020). Frauen erledigen trotz der verstärkten Berufstätigkeit im Durchschnitt mehr Hausarbeit und sind tatsächlich eher in sozialbezogenen Berufen tätig, während Männer zwar mittlerweile mehr Erziehungsarbeit leisten, trotzdem aber immer noch tendenziell eher in Managementpositionen arbeiten und in Berufen mit starkem Wettbewerbsanteil oder mit großem körperlichen Kraftaufwand tätig sind (Hentschel et al., 2019). Diese unterschiedliche Berufsverteilung zwischen Männern und Frauen kann leicht diejenigen Eigenschaften hervorheben und gesellschaftlich sichtbar machen, die zu den stereotypen Berufen passen und so den Eindruck erwecken, die entsprechenden Berufe und die ungleiche Verteilung seien eben aufgrund der geschlechterspezifisch „natürlich“ passenden Eigenschaften von Frauen und Männern so und stünden nicht im Zusammenhang mit Geschlechterbildern (Wood & Eagly, 2012). Der Wandel der stereotypen Vorstellungen ist den meisten Menschen nicht bewusst, sodass sie von den heutigen Situationen auf historische und traditionelle Verteilungen schließen, die dann wiederum als Indiz für „naturgegebene“ Geschlechterunterschiede verwendet werden.

2.3 Geschlechteridentität

Aus Forschungsperspektive wird Geschlechteridentität als Wissen der Menschen über die eigene Zugehörigkeit zu einem Geschlecht (Hannover, 2010) im Rahmen der Entwicklung „über interaktive Lernprozesse, Klassifikationsleistungen und Selbstkategorisierungsprozesse“ (Scheffler, 2008, S.661) erworben. Geschlechterrollen und -stereotype spielen hierbei also ebenso eine Rolle wie individuelle physische Voraussetzungen, kulturell bedingte Aspekte und persönliche Eigenschaften (Connell, 2012).

Konträr zu dem grundlegenden Konzept, Geschlechteridentität werde im Laufe der Sozialisation erworben, berichten Studien immer wieder Unterschiede zwischen neugeborenen Mädchen und Jungen, beispielsweise in einem insgesamt größerem Bewegungsdrang bereits vor der Geburt und Begeisterungsfähigkeit („surgency“ nach Wood und Eagly (2012)) bei männlichen Säuglingen. Zurückgeführt werden diese Eigenschaften auf die unterschiedlichen Ausmaße an Hormonen, denen Babies vor der Geburt ausgesetzt sind (Hines, 2011; Wood & Eagly, 2012). Es lässt sich also nicht pauschal

sagen, dass die „Startbedingungen“ für Mädchen und Jungen absolut identisch sind. Eine wichtige Ergänzung zur Ursachenforschung in Bezug auf Hormone ist allerdings, dass in zahlreichen Tierversuchen in mehr als fünf Jahrzehnten gezeigt werden konnte, dass hormonelle Einflüsse auch große Unterschiede innerhalb der Geschlechter auslösen können. So zeigte sich, dass weibliche Nachkommen, die im Mutterleib einem höheren Testosteronspiegel ausgelöst waren, in ihrem späteren Leben selbst als Erwachsene noch stärker „typisch männliches“ Verhalten zeigten. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich bei der Untersuchung von Mädchen, die aufgrund von genetischen Störungen außergewöhnlich hohen Niveaus „männlicher“ Hormone ausgesetzt waren, sie zeigten eher „typisch männliches“ Spielverhalten. Es lassen sich auch hier keine eindeutigen Schlüsse ziehen, da häufig auch äußerliche Veränderungen der Geschlechtsorgane mit einhergehen, die wiederum einen Einfluss sowohl auf das Verhalten als auch auf die Sozialisation haben könnten (Hines, 2011; Wood & Eagly, 2012).

In Bezug auf rein physische Merkmale ist die Feststellung von Unterschieden zwischen den Geschlechtern scheinbar einfach: Unterschiede lassen sich hier häufig messen, und von Körpergröße bis zur Größe des Gehirns und einzelner Hirnbereiche wie der Amygdala (bei Männern größer) und dem Hippocampus (bei Frauen größer) konnten Differenzen nachgewiesen werden. Jedoch konnten gerade bei den neuralen Unterschieden zwar mittlerweile zahlreiche gemessen werden, wenige davon ließen sich wirklich zuverlässig mit Geschlechterdifferenzen im Verhalten in Verbindung bringen (Hines, 2011).

Zahlreiche Studien zeigen, dass bereits sehr früh in der Kindheit eine unterschiedliche Behandlung von Mädchen und Jungen einsetzt, die Kinder erfahren also schon früh, dass die Geschlechtszuordnung wichtig für ihre Umwelt ist (Hannover, 2010; Wood & Eagly, 2012). Häufig auf unbewusste Weise werden hier bereits geschlechertypisches Spielverhalten und entsprechende Beschäftigungsformen bei den Kindern gefördert, das kontinuierlich stattfindende soziale Lernen wird also geschlechtsspezifisch beeinflusst (Wood & Eagly, 2012). So hat sich gezeigt, dass Erwachsene bereits Babies unterschiedlich behandeln, je nachdem, ob sie davon ausgehen, einen Jungen oder ein Mädchen vor sich zu haben. Die wohl bekannteste frühe Studie in diesem Zusammenhang ist die „Baby X-Studie“, in der Versuchspersonen dasselbe Baby mit einem männlichen, einem weiblichen oder einem neutralen Na-

men vorgestellt wurde. Es zeigte sich, dass Erwachsene deutlich häufiger eine Puppe zum Spielen mit diesem Kind wählten, wenn sie davon ausgingen, dass es sich um ein Mädchen handelt (Seavey, Katz & Rosenberg Zalk, 1975). Es zeigt sich also ein großer Einfluss von Geschlechtervorstellungen der Erwachsenen auf den Umgang mit dem Kind. Die Ergebnisse konnten unter Anderem von Sidorowicz und Lunney (1980) reproduziert werden. Verschiedene Studien im Kindes- und Jugendalter weisen außerdem nach, dass Mädchen in ihrer Freizeit deutlich mehr (weiblich konnotierte) Hausarbeit oder Nebenjobs übernehmen, während Jungen für selbst gewählte (männlich konnotierte) Freizeitgestaltungen wie Sport mehr Zeit aufbringen, z.B. bei Mauldin und Meeks (1990); Shanahan und Flaherty (2001).

Viele der Prozesse, die insgesamt durch das Aufwachsen im Rahmen einer traditionellen Zweigeschlechtlichkeit ablaufen, etwa das Erlernen geschlechtertypischer Emotionen, Tätigkeiten oder Bewertungen, bleiben letztendlich unbewusst und werden durch die Kinder auch aus den Reaktionen der Umwelt – auch bereits und gerade im Kindesalter durch die Eltern – geschlussfolgert und verinnerlicht. Daraus bildet sich dann das eingangs genannte Selbstkonzept in Bezug auf das eigene Geschlecht, das Vorstellungen enthält über angemessene Tätigkeiten oder verschiedene, beispielsweise kognitive oder emotionale Fähigkeiten, die eine Person hat, eben weil sie eine Frau ist – oder weil er ein Mann ist (Scheffler, 2008). Insgesamt gilt: Je stärker der Faktor Geschlecht durch das Umfeld gegenüber Kindern als Kategorie betont wird, sei es beim Spielen, Lesen, im Fernsehen oder in der Schule, desto stärker werden die geschlechterspezifischen Einstellungen von Kindern (Wood & Eagly, 2012).

Doch welche Faktoren tragen also letztendlich zur Entwicklung einer Geschlechteridentität und des entsprechend „geschlechtsspezifischen“ Verhaltens bei? Es lässt sich nicht ein einzelner Prozess oder Faktor festmachen, der eindeutig verantwortlich für diese Entwicklung ist, wie bereits in Bezug auf Geschlechterunterschiede und ihren Ursprung herausgestellt wurde: „Contemporary research shows that gendered behavior results from a complex interplay of genes, gonadal hormones, socialization, and cognitive development related to gender identification“ (Hines, 2011, S.70). Zudem muss davon ausgegangen werden, dass der Erwerb von Geschlechteridentität kein starrer, in Einzelschritten festgelegter Prozess ist, der mit dem

Eintritt in das Erwachsenenalter einen Endpunkt erreicht hat. Frauen und Männer fällen im Laufe ihres Lebens zahlreiche Entscheidungen in Bezug auf ihr persönliches Selbstbild als Frau oder Mann, und zwar im Rahmen einer „Reihe von Auseinandersetzungen mit den Zwängen und Möglichkeiten der bestehenden Geschlechterordnung“ (Connell, 2012, S.141). Es handelt sich also zumeist um einen lebenslang fortdauernden Prozess.

Scheffler (2008) formuliert drei Komponenten der Geschlechteridentität, die deutlich machen, dass ein Schlussfolgern von Unterschieden im Erwachsenenalter auf „naturgegebene“ biologische oder hormonelle Faktoren zu kurz greift. Die erste Komponente ist die *Kernidentität*, die sich schon in der frühen Kindheit im Kontakt mit wichtigen Mitmenschen entwickelt und entsprechend starke Sozialbezüge hat. Die zweite Komponente, die *Geschlechterrollenidentität*, beinhaltet insgesamt Erwartungen und Merkmale in Bezug auf Geschlecht und ist insgesamt flexibel. Außerdem enthält diese einen unbewussten Anteil. Die dritte Komponente ist die *Geschlechtspartner*innenorientierung*, die meist im Jugendalter abgeschlossen ist und festlegt, mit welchem Geschlechter überhaupt eine Liebesbeziehung denkbar ist. Hier zeigt sich also, dass lange, bevor ein Mensch überhaupt bewusst über sein oder ihr Geschlecht – sei es biologisch oder sozial – reflektiert, durch Bezugspersonen Vorstellungen vermittelt werden, die die individuelle Identität entscheidend mitformen. Zudem werden auch später im Leben immer wieder unbewusste Vorgänge einen Einfluss auf die Geschlechteridentität nehmen, während die Geschlechteridentität wiederum einen Einfluss auf das Verhalten hat, etwa durch Prozesse der Selbstregulation (Wood & Eagly, 2012). Insgesamt hat sich gezeigt, dass die Vorgänge um die Ausbildung einer Geschlechteridentität komplexe kognitive Verknüpfungen und soziale Verbindungen beinhalten und viele unbewusste und unbewusst vermittelte Anteile haben.

2.4 Geschlechterforschung in der Psychologie

In der Psychologie hat die Untersuchung der Geschlechterthematik an sich an Bedeutung gewonnen mit dem Bewusstwerden der Tatsache, dass Frauen insgesamt in der Forschung eher vernachlässigt wurden. Historisch betrachtet wird deutlich, „dass es durchweg die Position der Frau ist, die im Verhält-

nis zu der des Mannes bestimmt wird“ (Kuster, 2019). Als Reaktion entstand eine Frauenforschung, die besonders die feministische Perspektive innehatte und individuelle Erfahrungen berücksichtigte. Parallel dazu entwickelte sich eine Männerforschung mit Fokus auf individuellem Erleben der Männer. Zusätzlich sind aber auch Fragen des Geschlechterverhältnisses relevant geworden, also nach dem Vergleich dessen, wie Frauen und Männer die Welt erleben und sich verhalten. Außerdem wird das Geschlecht als Prozesskategorie untersucht, wobei „die sozialen Interaktionsprozesse und institutionellen Praktiken, die Geschlecht interaktiv konstruieren und reproduzieren im Fokus“ (Steins, 2019, S.685) stehen. In der Praxis ist die Erforschung dieser Prozesse und Praktiken in vielen Bereichen, die zum Teil weit über die Psychologie hinaus reichen, von Bedeutung. Unterschiedlicher Umgang mit psychischen und physischen Krankheiten bei Frauen und Männern, um nur ein Beispiel zu nennen, kann weitreichende, zum Teil lebensgefährliche Folgen haben und wurde mehrfach in verschiedenen Studien belegt: „Medizinische und psychologische Diagnostik ist von Zuschreibungen geprägt, wie sich eine normale 'gesunde' Frau und ein normaler 'gesunder' Mann zu verhalten haben“ (Scheffler, 2008, S.663).

Psychologisch ist es zwar nicht abschließend gelungen, zu klären, worin Unterschiede zwischen Männern und Frauen ursprünglich wurzeln, allerdings ist das auch nicht immer das erklärte Ziel der Forschung. Vielmehr sollen „biologische, psychologische und soziale Faktoren sowie deren Wechselspiel“ (Steins, 2019, S.685) in der Forschung Beachtung finden. Dabei liegt der Fokus auf ganz unterschiedlichen Themenbereichen, beispielsweise der interkulturellen Betrachtung von Geschlechterunterschieden oder Intersektionalität, also Bereichen, in denen neben dem Geschlecht weitere mögliche Diskriminierungsfaktoren hinzukommen (Morgenroth & Stuart, 2020). Bei allen Untersuchungen der Unterschiede sollte keine einseitige Ursache-Wirkung-Zuschreibung vorgenommen werden, um beispielsweise biologische Unterschiede als Erklärung für bestehende Geschlechterdifferenzen zu deuten (Steins, 2019). Drei verschiedene Erklärungsansätze haben sich herausgebildet, um die Ursachen für Geschlechterunterschiede zu beschreiben: Zunächst besteht die Möglichkeit, dass grundlegende biologische Unterschiede zwischen Frauen und Männern (etwa hormoneller Art) für Unterschiede verantwortlich sein könnten. Ebenso verantwortlich könnte die unterschiedliche

Sozialisation von weiblichen und männlichen Individuen in der Gesellschaft die Ursache sein – wobei hier eine Vermischung mit biologischen Faktoren nicht auszuschließen ist. Drittens, ebenfalls in Interaktion mit den zuvor genannten Punkten, werden häufig verschiedene Geschlechterrollen oder soziale Situationen, in denen sich Frauen und Männer wiederfinden, für unterschiedliche Verhaltensmuster verantwortlich gemacht (Stewart & McDermott, 2004).

Für das Thema dieser Arbeit ist die Frage nach dem Ursprung der Unterschiede auch nicht bedeutsam, sie kann in Untersuchungen mit Erwachsenen auch ohnehin schwerlich beantwortet werden. Stattdessen sind hier die Folgen dieser Unterschiede für die (emotionale) Verarbeitung im Alltag von Bedeutung.

Bei der Untersuchung jeglicher Themenbereiche mit Bezug zu Geschlecht oder Geschlechterunterschieden besteht immer die Gefahr, dass „bereits im Prozess der wissenschaftlichen Bearbeitung Vorurteile entstehen und wissenschaftliche Dispute hochemotional, da politisiert, geführt werden“ (Steins, 2019, S.684). So ist es möglich, dass wissenschaftliche Studien sich widersprechende Ergebnisse liefern, da in der Forschungsgrundlage entweder verschiedene Geschlechterbegriffe vorausgesetzt wurden oder Annahmen in Bezug auf die Kategorie *Geschlecht* bereits den Versuchsaufbau so einfärbten, dass dies wiederum Einfluss auf die Ergebnisse nahm. Es sollte allerdings nicht unterstellt werden, dass diese Beeinflussungen bewusst vorgenommen werden. Wie bereits erwähnt wurde, ist die Unterscheidung zwischen Frauen und Männern kulturell so tief verwurzelt, dass verschiedene Aspekte als „natürlich“ wahrgenommen und gedeutet werden (Connell, 2012). Die Kategorie des Geschlechtes wird oft als Ansatzpunkt für die Deutung von Ergebnissen verwendet, um basierend auf diesem dann theoretische Modelle zu formulieren, wie Steins (2019) in ihrem Aufsatz zur Geschlechterforschung in der Psychologie darlegt. Dabei werden aber häufig die teilweise deutlich größeren interindividuellen Unterschiede innerhalb eines Geschlechts ebenso ignoriert wie beispielsweise der wichtige Faktor Kultur. Durch einen starken Fokus auf Geschlechterunterschiede ist es möglich, dass die große Varianz innerhalb der Geschlechtergruppen ignoriert wird, oder dass Geschlechterunterschiede stärker dargestellt werden. Manchmal werden diese (vermeintlichen) Unterschiede so sogar überhaupt erst in das Licht der Öffentlichkeit

gerückt und so in der gesellschaftlichen Wahrnehmung erzeugt (Stewart & McDermott, 2004). Hinzu kommt, dass Geschlechterunterschiede ein häufig untersuchtes Thema sind, es aber grundsätzlich eine Verzerrung der Veröffentlichungen gibt, sodass eher solche Studien veröffentlicht werden, bei denen die erwarteten Geschlechterunterschiede auch gefunden wurden. Das ist selbst für Studien mit Vergleichen neuraler Strukturen der Fall, demnach sind einige Ergebnisse in diesem Bereich auch unter diesem Aspekt einer Veröffentlichungsbias zu betrachten (Hines, 2011).

Es ist also bereits beim Entwurf des Versuchsaufbaus notwendig, dass sich alle Beteiligten in hohem Maße über die eigenen Vorurteile und stereotypgeschlechtsspezifischen Vorstellungen bewusst sind, um hier Verzerrungen zu vermeiden, damit die „Suche“ nach Unterschieden nicht zu sehr gelenkt wird. Hier könnte eine Verzerrung entstehen, die mehr (vermeintliche) Unterschiede darstellt als eventuell tatsächlich vorhanden sind (Scheffler, 2008). Wird Forschung mit einem großen Bewusstsein für Vorannahmen und Stereotype betrieben, die alle Menschen durch ihre Sozialisierung in bestimmten Gesellschaften verinnerlicht haben, zeichnen Ergebnisse oft ein überraschendes Bild:

„Die psychologische Forschung kommt zu dem Schluss, dass die große Mehrheit unter uns maskuline und feminine Charakteristika in wechselnden Kombinationen miteinander verbindet, anstatt ausschließlich das eine oder das andere zu sein.“ (Connell, 2012, S.23)

Aus diesem Grund kann es sinnvoll sein, in Bezug auf die Forschung und den Versuchsaufbau nicht nur biologisches oder soziales Geschlecht abzufragen, sondern eine weitere Kategorie mit einzubeziehen. Von Interesse ist hier beispielsweise der Aspekt der internalisierten Geschlechterstereotype, denn damit wird der Blick auf die persönlichen Einstellungen der Versuchspersonen möglich, der zeigt, wie jeweils das Geschlecht an sich mit seinen sozialen und zwischenmenschlichen Implikationen wahrgenommen wird.

3 Lesen und Leseforschung

Die grundlegenden Vorgänge beim Lesen von Worten an sich laufen immer nach dem gleichen Muster ab: Buchstaben und Wörter werden aufgenommen, interpretiert und idealerweise wird ihr kombinierter Sinn verstanden. Dieser Vorgang passiert so beim Lesen im Allgemeinen, also auch bei Alltagstexten wie etwa Werbenachrichten. Beim Lesen entsteht ein Dialog zwischen dem Text und der betrachtenden Person und während dieses Dialogs wird die Bedeutung des Textes konstruiert und verstanden (Ibarra-Rius & Ballesster Roca, 2019). Diese Arbeit konzentriert sich auf das Lesen von Textmaterial, das für ein größeres Publikum verfasst wurde, da davon ausgegangen werden kann, dass grundsätzlich andere Vorgänge ablaufen, sobald Schreibende für ein größeres Publikum planen – gerade, was die Emotionalisierung angeht. Auch wenn natürlich eine Person, die eine Liebesbotschaft an einen Partner oder eine Partnerin schreibt, auch eine Emotionalisierung im Sinn hat, kann doch hier dieser intime und private Schreibakt dafür sorgen, dass vermutlich „ungefilterter“ geschrieben wird als bei Texten, bei denen gezielt viele Menschen angesprochen werden sollen. Ein ausführlicher Blogbeitrag, ein Social Media-Posting oder ein journalistisch oder literarisch angelegter Text wird meist wieder und wieder überarbeitet, um möglichst präzise das zu erreichen, was gemeint ist und dargestellt werden soll.

Einige weitere Unterscheidungen sind im Rahmen einer Arbeitsdefinition für den Begriff des Lesens zentral: Zum einen kommen verschiedene Textarten zum Einsatz, die jeweils eigene Eigenschaften haben und entsprechend thematisiert werden müssen. Aufgrund des experimentellen Aufbaus der Studien, die im Rahmen dieser Dissertation durchgeführt werden sollen, ist eine Beschränkung der enorm großen Anzahl an verschiedenen Textarten notwendig. Nicht alle Textarten lassen sich in einen Versuchsaufbau einbauen, und

der Versuch, wirklich alle zu berücksichtigen würde zu sehr kleinen Gruppengrößen führen und die spätere statistische Auswertung erschweren oder sogar wertlos machen. Daher wurden zwei Hauptkriterien zugrunde gelegt: Zum einen die Länge des Textes, denn Versuchspersonen sollten Sie ohne Probleme im Rahmen der Studie lesen können. Zum anderen wurden Textarten ausgewählt, die häufig im Alltag gelesen werden. Angepasst an diese Auswahl wird in diesem Kapitel auch nur auf die für die Studien ins Auge gefassten Textarten eingegangen.

3.1 Das Lesen von „traditionellen“ Textarten

In der Forschung werden häufig die „traditionellen“ Textarten untersucht, am häufigsten wohl Literatur in unterschiedlichen Formen, aber auch Zeitungs- und Sachtexte. Die Stiftung Lesen führt regelmäßig großangelegte Umfragen durch, um die Einstellung und Gewohnheiten der Menschen in Deutschland zum Lesen herauszufinden und fragt unter anderem nach dem Stellenwert des Lesens und Veränderungen in der Lesekultur im Vergleich mit Studien aus vergangenen Jahren. 36% der Befragten gaben an, das Lesen von Sach- oder Fachbüchern wichtig oder sehr wichtig zu finden und 31% der Menschen machten diese Angabe für das Lesen von Romanen, Erzählungen oder Gedichten. Allerdings gaben in beiden Fällen nur 17% der Menschen an, dies täglich oder mehrmals pro Woche zu tun. Diese Diskrepanz zwischen dem idealen Denken, also der Meinung über ein Medium und dem tatsächlichen Nutzungsverhalten ist in keinem anderen Fall zu erkennen – abgefragt wurde beispielsweise das Fernsehen, Zeitungslesen oder Surfen bzw. Chatten im Internet (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). Es scheint also, dass das Lesen einen großen Stellenwert im Leben der Menschen hat – selbst, wenn sie persönlich nicht viel Zeit dafür aufwenden.

Gefragt nach der Selbsteinschätzung in Bezug auf das Lesen nahm der Prozentsatz der Menschen, die nach eigener Angabe viel und intensiv lesen sogar leicht zu: In der Umfrage aus dem Jahr 2000 machten 33% der Befragten diese Angabe, 2008 waren es 38% (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). Eine etwas anders gewichtete Befragung der Stiftung Lesen zeigte 2018, dass 69% der Befragten der Ansicht waren, Lesen gehöre „einfach zum Leben dazu“ (Ehmig & Heymann, 2018), wobei hier nicht weiter differenziert wurde, ob es sich um literarisches Lesen oder Lesen im Allgemeinen handelt.

3.1.1 Das Lesen literarischer Texte

„Die Mehrzahl der Elemente der fiktiven Welt der Literatur sind erfundene Figuren, Geschehnisse und Orte, und diese Welt wurde nicht in der Absicht geschaffen, uns mit der Realität in Kontakt zu bringen. Das Hauptanliegen fiktionaler Literatur ist nicht die Beschreibung der Welt, sondern die Erschaffung einer neuen Welt durch Ausübung der Imagination.“ (Vendrell Ferran, 2018, S.17)

Oft ist das literarische Lesen das, woran zuerst gedacht wird, wenn jemand sagt „Ich lese gern.“, es scheint also gewissermaßen das *prototypische* Lesen zu sein. Die meisten Menschen sind von Kindesbeinen an mit dem Lesen vertraut, vielen wird vorgelesen, sie lesen Literatur im Deutschunterricht und lernen dort – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – was literarisches Lesen ausmacht. Das bedeutet jedoch nicht, dass gerade diese Form des Lesens am leichtesten zu verstehen ist. Denn warum lesen Menschen eigentlich in ihrer Freizeit oft und gern ausgedachte Geschichten von zumeist fremden, manchmal mehr oder weniger berühmten Menschen? Warum lesen sie häufig immer wieder Bücher desselben Genres, manchmal sogar mit ähnlichen Themen und verbringen viel Zeit mit etwas Fiktivem, das meist auch wenig unmittelbar beobachtbare Auswirkungen auf ihr Leben hat? Und das – im Vergleich beispielsweise zum Konsum von Filmen – obendrein auch noch eine vergleichsweise hohe Anstrengung der Phantasie erfordert, um aus den gelesenen Worten eine ganze Welt zu formen? Diese Fragen beschäftigen schon seit langer Zeit die Wissenschaftler*innen verschiedener Disziplinen, z.B. Bäcker (2014); Cunningham und Stanovich (1998); Erdmann und Dodge (1898); Nell (1988); Walton (1990).

Literarisches Lesen lässt sich ebenso wie die Beschäftigung mit anderen Kunstformen als eine Art des *make-believe*, eine Form des kindlichen „so tun als ob“ betrachten. Die Frage, warum auch erwachsene Menschen noch diese Form des „so tun als ob“ genießen können, lässt sich mit dem subjektiven Nutzen beantworten, der aus diesem Spiel gezogen werden kann: „it helps one to understand and empathize with others, [...] it enables one to come to grips with one’s own feelings, [...] it broadens one’s perspectives.“ (Walton, 1990). Lesen ist also geeignet, einen Zugang sowohl zu den eigenen Gefühlen als auch zu denen der Mitmenschen zu erhalten und neue Perspektiven einzunehmen. Vendrell Ferran (2018) stellt eine Reihe an Gründen

Lesender für das literarische Lesen zusammen, die ebenfalls mit einer Form des Erkenntnisgewinns einhergehen, etwa in Bezug auf neues Wissen, eine Horizonterweiterung oder besseres Verständnis der eigenen – oder allgemein der menschlichen – Psyche. Außerdem betont sie den Unterhaltungseffekt der Literatur, der in der Forschung häufig vernachlässigt wird. Weiterhin erklärt sie, dass dieser Erkenntnisgewinn häufig diskutiert wird und prominente Autoren – sie nennt hier Platon und Russell – diesen anzweifeln, weil sie den Fokus nur auf Kognitives und logische Argumentation und setzen. Vendrell Ferran kritisiert, dass in diesen Theorien „die darstellerische Kraft dabei aber keine Rolle spielt“ (Vendrell Ferran, 2018). Der Wert des Lesens von fiktionaler Literatur, der mögliche Erkenntnisgewinn und das persönliche Potenzial, das einzelne Lesende aus dem Lesen ziehen, wird im Falle des literarischen Lesens ganz unabhängig vom Wahrheitsgehalt und trockener Wissensvermittlung des Textes gebildet. Diese Unabhängigkeit vom Wahrheitsgehalt gilt auch für Emotionen beim Lesen, denn obwohl Lesende um den fiktiven Charakter der Figuren beispielsweise in Romanen wissen, bringen sie diesen dennoch Emotionen entgegen.

Wichtig bei der Betrachtung der Wirkung des Lesens, die ja letztendlich die Lesemotivation und andere zentrale Faktoren mit bedingt, ist der grundsätzliche Ablauf, der dem literarischen Lesen zugrunde liegt. Iser (1976) liefert eine grundlegende Rezeptionstheorie, die auch noch Jahrzehnte später von zahlreichen Autor*innen zitiert wird, wie zum Beispiel von Bäcker (2014); Jäckel (2011); Maus (2014) oder Stanzel (2008). Iser beschreibt das Lesen als einen kommunikativen Akt zwischen drei Parteien, nämlich Autor*in, Text und lesender Person, wobei die Kommunikation allerdings „auf Distanz“ stattfindet, da sich schreibende und lesende Person nicht am selben Ort und zur selben Zeit aufhalten. Im Zusammenspiel zwischen Text und Lesenden ergibt sich erst die Wirkung des Textes – auch die emotionale Wirkung, worauf in Kapitel 5 noch weiter eingegangen wird. Und weil der Text die Lesenden (idealerweise) ganz vereinnahmt, werden sie gewissermaßen aus der Realität herausgehoben. Iser beschreibt hier gewissermaßen „Fluchtreaktionen, die die Literatur zu gewähren scheint“ (Iser, 1976, S.226). Ein mentales Entkommen aus der Realität, also ein gewisser Eskapismus hat sich auch über die Jahre hinweg in anderen Studien als Beweggrund für das Lesen gezeigt, beispielsweise bei Nell (1988), Howard (2011) oder Usherwood und Toyne (2002). Dieser Aspekt zeigte sich auch bei den Analysen von Merga

(2017) zur Lesemotivation bei australischen Erwachsenen, wo dieser Eskapismus sich als eng verwandt mit dem Lesen zur Pflege der geistigen Gesundheit zeigte. Hier ist allerdings nicht eine blinde Realitätsflucht gemeint, sondern ein temporäres *Abstandnehmen*, um angesichts des anstrengenden Alltags Entspannung zu finden und Kraft zu schöpfen, wie Olave (2018) betont: „Rather than an escape from life, reading fiction is a support to it“ (S.4).

Ein weiterer wichtiger Beweggrund für das Lesen, der mit dem genannten Eskapismus verwandt ist, ist die Entspannung, vor allem mit Blick auf das abendliche Lesen, womöglich sogar im Bett (Nell, 1988; Usherwood & Toyne, 2002). Hierbei kann es sich entweder um ein bewusstes „Ausklinken“ aus der Gegenwart handeln, also ein gezieltes Abschalten, oder eben um eine gezielte Beschäftigung mit etwas Neuem zur Horizonterweiterung, wie sie bei Vendrell Ferran (2018) genannt wird. Beide Möglichkeiten dienen gleichermaßen der Entspannung (Nell, 1988). Besonders wichtig bei diesem Entspannungsaspekt, allerdings auch bei den anderen Aspekten der Lesemotivation, ist die Kontrolle über das Medium. Lesende schätzen es offenbar, in ihrem eigenen Tempo lesen zu können, unkompliziert zurückzublättern, Seiten zu überspringen oder das Buch einfach hinzulegen und später weiterzulesen – oder auch gar nicht (Nell, 1988). Im Vergleich mit anderen Medien, die zur Entspannung konsumiert werden, ist das Kontrollerleben hier besonders hoch, denn obwohl Filme als auch Computerspiele bieten theoretisch (wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß) diese Möglichkeiten, allerdings ist die Zahl der Menschen, die einen Film pausieren, um später weiterzuschauen, oder die in einem Computerspiel einen Abschnitt erneut spielen, vermutlich deutlich geringer als die der Lesenden, die blättern, pausieren oder springen in ihrer Lektüre – etwa um das Ende zuerst zu lesen.

Letztendlich sind der Umgang mit Literatur und die persönliche Beziehung dazu stark geprägt von der Lesesozialisation, denn wie bereits kurz angesprochen wurde, werden die meisten Menschen in der Kindheit zuerst mit literarischem Lesen konfrontiert. Die Erfahrungen in der Kindheit nicht nur in Bezug auf die Menge, die gelesen wird, sondern auch auf die Einstellung zum Lesen haben einen nachhaltigen Einfluss auf die Lektüreauswahl auch im Erwachsenenalter. Diese Erfahrungen beeinflussen auch, wie genau an die Lektüre herangegangen wird und haben schließlich durch die Einstellun-

gen der Einzelnen auch einen Einfluss darauf, welchen Stellenwert das Lesen insgesamt in der Gesellschaft hat (Dawidowski, 2009).

Bei all den Betrachtungen zur Thematik des literarischen Lesens ist es wichtig zu betonen, dass es sich nicht um eine einheitliche Textart handelt. Innerhalb des Oberbegriffs *Literatur* finden sich zahlreiche Textarten wie Romane, Kurzgeschichten, Biographien oder Gedichte. Und selbst innerhalb dieser Textarten lassen sich noch Unterkategorien bilden. So kann ein Roman ein Reisebericht sein, ein Liebes- oder Abenteuerroman – scheinbar unendlich viele Genres zeichnen sich hier ab. Angesichts dieser großen Variabilität erscheint es sinnvoll, an dieser Stelle zu begründen, warum *literarische Texte* in dieser Arbeit als Unterkategorie des Kapitels *Textarten* aufgeführt werden, denn das ist im Grunde genommen unpräzise. Diese Einteilung ist hier auf zwei miteinander verwandte Faktoren zurückzuführen: Erstens spielt der psychologische Blickwinkel hier eine große Rolle, und entsprechende Untersuchungen zum Lesen, die das theoretischen Fundament der vorliegenden Arbeit bilden, differenzieren hier oft nicht weiter als bis zum Begriff „Literatur“ oder etwa zur „Fiktion“. Außerdem muss im Rahmen eines experimentellen Versuchsaufbaus zwangsläufig eine Vereinfachung stattfinden – hier greift wieder das Argument der Gruppengröße. Würde die Kategorie der literarischen Texte weiter in zahlreiche Unterkategorie eingeteilt werden, wäre das Ergebnis der Analysen möglicherweise statistisch nicht relevant. Um also die theoretische Grundlage anzupassen an den darauf aufbauenden Versuchsaufbau wird hier dem literarischen Lesen ebenso wie den anderen beiden Textarten, die den Studien zu Grunde liegen, ein Kapitel gewidmet. Für den weiteren Verlauf der Arbeit sind die Unterschiede innerhalb der literarischen Texte weitestgehend nicht weiter relevant und werden daher nur falls nötig an entsprechender Stelle angesprochen.

Am Ende dieses Kapitels fällt auf, dass keine wirkliche Definition des literarischen Lesens gegeben wurde. Was genau ist *Literatur*? Eine Gleichsetzung mit dem Begriff der Fiktion kann jedenfalls nicht erfolgen, denn beispielsweise Biographien oder Romane, die auf wahren Begebenheiten beruhen, werden allgemein als Literatur eingestuft (Walton, 1990). Eine kurze Definition, mit der für diese Dissertation weiter gearbeitet werden kann, gibt Vendrell Ferran (2018). Zwei Kriterien sind für sie zentral: Die Ein-

ordnung von Literatur als Ergebnis und Gegenstand einer sozialen Praxis mit eigenen Regeln und entsprechenden Mitwirkenden, und außerdem das Vorhandensein dazugehöriger literarischer Werte. Diese Definition ist sehr knapp gehalten und mag sehr unpräzise wirken, allerdings beinhaltet sie genau die Faktoren, die Literatur für den Verlauf und das Ziel der vorliegenden Dissertation ausmachen: Literatur ist, was von der großen Gruppe an Lesenden, Schreibenden und anderweitig damit Beschäftigten als solche wahrgenommen und eingeordnet wird, und zwar auf Basis sich (beispielsweise mit der Entwicklung neuer Medien) immer wieder ändernder Regeln und Werte. In ihren unterschiedlichen Formen erfreut sich Literatur trotz allen Wandels nach wie vor großer Beliebtheit und spielt eine wichtige Rolle in der Gesellschaft.

3.1.2 Das Lesen von Sachtexten

„Das Sachbuch bildet einerseits ziemlich klar zu unterscheidende Grundformen aus, die man als Jugendsachbuch, Reportage, Debattenbuch, Biografie oder Ratgeber präzise beschreiben und diskutieren kann. In der Regel jedoch sind Sachbücher in zahlreichen Mischformen anzutreffen.“ (Schikowski, 2008)

Im Bericht zur Umfrage der Stiftung Lesen 2018 von Ehmig und Heymann (2018) zeigte sich, dass insgesamt 35% der Teilnehmenden angaben, häufig Sachbücher zu lesen. Aufgeschlüsselt nach Bildungsabschluss sieht das Bild noch einmal etwas interessanter aus, denn sogar über die Hälfte (52%) der Menschen mit einem hohen Bildungsabschluss lesen nach eigener Angabe oft Sachbücher, bei der mittleren Bildung sind es 29% und bei einer insgesamt niedrigen Bildung sogar noch 21%. In Bezug auf die Altersverteilung zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede, allerdings lesen insgesamt mehr Männer als Frauen regelmäßig Sachbücher. Obwohl also, wie das vorige Kapitel gezeigt hat, viele Menschen literarische Texte zur Information und persönlichen Weiterentwicklung und -bildung lesen, erfreuen sich auch Sachbücher offenbar einer relativ konstanten Beliebtheit. Dennoch scheint die Forschungslage in diesem Bereich zumindest für deutschsprachige Veröffentlichungen vergleichsweise dünn zu sein, und hauptsächlich in den Fokus geraten Sachtexte offenbar mit Blick auf Lesende im Kindesalter. Hier wird beispielsweise ihre Verwendung im Unterricht mit all ihren Herausforderun-

gen und Möglichkeiten diskutiert, wie z.B. bei Drumm, Peyer, Studer und Thonhauser (2017); Imhof, Engeli und Kübler (2016); Schmitz, Schuttkowski, Rothstein und Gräsel (2016); Schmitz (2016).

Die Ursache für diese einseitig wirkende Betrachtungsweise lässt sich durch einen Blick auf die Geschichte ergründen. Beschäftigt man sich mit dem Buchmarkt und seiner Entwicklung, aber auch mit anderen Medien, zeigt sich zumindest eine subjektiv empfundene Dichotomie zwischen *Unterhalten* und *Informieren*. Diese Sichtweise ist nicht neu. Ihre Wurzeln finden sich bereits bei Horaz, der diese beiden Funktionen allerdings nicht zwingend als Gegensätze betrachtete – Dichter konnten mit ihren Texten durchaus beides anstreben. Eine stärkere Trennung und ein Fokus auf den Unterhaltungsspekt entwickelte sich erst später, nämlich als im Laufe des 19. Jahrhunderts die Massenmedien begannen, sich durchzusetzen (Oels, 2005). Dass in Folge einer solchen Entwicklung die Sachbücher hauptsächlich unter didaktischen Gesichtspunkten betrachtet und erforscht werden, wie oben bereits festgestellt wurde, erscheint nicht verwunderlich – scheint es doch, als habe sich die Unterhaltungs- von der Informationsfunktion ein ganzes Stück weit entfernt. Oels (2005) stellt die literaturwissenschaftlichen Diskussionen um Sachbücher und ihre Rezeption und Erforschung ausführlich zusammen und stellt dabei fest, dass aus wissenschaftlicher Sicht der Blick auf Sachbücher eher wechselhaft-ablehnend ausgefallen ist. Zur historischen Sichtweise zieht Oels das Fazit, dass seit den 90er Jahren hier vermehrt vielseitigere Forschung stattfindet. Er schließt seinen Artikel mit der Aufforderung nach verstärkter literaturwissenschaftlicher Beschäftigung mit der Thematik, „da so gut wie jede Bestsellerliste der letzten Jahre bestätigt, dass das deutschsprachige Sachbuch in der Lesergunst deutlich besser abschneidet als die Belletristik.“ (Oels, 2005, S.27)

Doch was genau ist ein Sachtext nun eigentlich? Grundsätzlich ist diese Textart schwer zu definieren – wenn es sich überhaupt um eine einheitliche Textart handelt. „Einigkeit herrscht inzwischen allenfalls darin, dass es sich beim Sachbuch um eine hybride und historisch sehr unterschiedlich artikulierten Form von Literatur handelt“ (Hahnemann, Oels, Porombka & Schütz, 2005, S.37). Hinzu kommt, dass es ja noch zahlreiche weitere Sachtextformen außerhalb des Sachbuchs gibt, wie der Buchmarkt es kennt. Bedenkt man die verschiedenen Einsatzgebiete von Sachtexten, etwa die bereits ge-

nannte Verwendung im Unterricht, den Informationserwerb in der Freizeit oder die gezielte Vermittlung von Informationen etwa in der Wirtschaft und im öffentlichen Bereich, könnte man davon ausgehen, dass Sachtexte einfach verständlich und gut lesbar sind. Lesbarkeit wird hierbei als reines Textmerkmal gesehen, Verständlichkeit berücksichtigt außerdem die Lesenden und deren Interaktion mit dem Text (Kulgemeyer & Starauschek, 2014). Sachtexte scheinen schließlich dafür *geschaffen*, gezielt Information an Adressat*innen zu bringen und das am besten mit möglichst wenig Ablenkung. Doch gerade dieses Kriterium erfüllen zum Beispiel im Unterricht verwendete Sachtexte oftmals nicht, wie zum Beispiel Schmitz (2016) feststellt. Auch Sachbücher, die oft obere Plätze in den Bestsellerlisten einnehmen, sind nicht automatisch verständlich und gut lesbar, und denkt man einmal an Sachtextformen wie Gesetzestexte oder gar die allgegenwärtigen Datenschutzverordnungen, wird schnell klar, dass viele Sachtexte geradezu das Gegenteil von einfach sind. Damit ein Sachtext allerdings „wirkt“, also die intendierten Informationen entsprechend vermittelt, sollte er eigentlich in seiner Einfachheit auf die Zielgruppe angepasst sein, entsprechend übersichtlich gegliedert sein, eine kurze, aber ausgewogene Darstellung der Inhalte liefern und schließlich durch Beispiele oder Bilder ergänzt werden (Kulgemeyer & Starauschek, 2014). An diesen Kriterien zeigt sich auch die Abgrenzung zum literarischen Text deutlich: Im Gegensatz zu der thematischen und sprachlichen Freiheit, die von kurzen, prägnanten und pragmatischen Darstellungen abweichen darf – oder sogar soll – ist es bei Sachtexten eben gewünscht, „auf den Punkt zu kommen“ und nicht mit unnötigen Metaphern und anderen sprachlichen Mitteln zu arbeiten.

Um eine wirkliche Aussage darüber zu treffen, was Sachtexte eigentlich sind, reicht allerdings Abgrenzung zu einer weiteren Textart nicht aus. Verschiedene Ansätze zur Definition und Abgrenzung stellt Fenkart (2012) zusammen und zeigt auf, dass diese Ansätze jeweils verschiedene Eigenschaften der Texte und ihrer Einsatzzwecke als Kriterien zugrunde gelegt haben. Einerseits kann eine Definition in der bereits erwähnten Abgrenzung zur *fiktiven* Literatur erfolgen, was allerdings etwas kurz greift, denn „Beispiele für die bewusste „Verkleidung“ von Textsorten als fiktiv bzw. real und vice versa sind zahlreich.“ (Fenkart, 2012, S.40). Ebenso, und das wurde ebenfalls bereits kurz angesprochen, gibt es Mischformen, in denen beispielswei-

se zu einem wahren Gehalt eines Textes etwas hinzugedichtet wurde oder Sachtextauszüge mit klarer Intention der Informationsvermittlung in Romanen zu finden sind. Fenkart zeigt weiterhin auf, dass eine weitere Definitionsmöglichkeit sich nach der Funktion der Texte richtet und entsprechend zwischen den bereits genannten vermeintlichen Gegensätzen *Unterhaltung* und *Information* abgrenzt. Ganz ähnlich, aber etwas anders gewertet eignet sich die Leseintention als Kategorie, hier differenzieren die Autor*innen der verschiedenen Klassifizierungen unterschiedlich stark, wobei die Dichotomie Information/Unterhaltung immer in ähnlicher Form vorkommt. Mit Autor*innenintention sowie der Textgestaltung kommen andere Kriterien hinzu (Fenkart, 2012), deren detailliertes Herausarbeiten für die vorliegende Arbeit zu weit führen würde und für die empirische Untersuchung auch nicht von Bedeutung ist. Für den weiteren Verlauf dieser Arbeit sind insgesamt drei Aspekte von Bedeutung: Sachtexte, wie sie hier verwendet werden sind 1. nicht-fiktiv und 2. in ihrer Intention informativ. Ein dritter Aspekt wird mit Blick auf Texteigenschaften und noch folgende theoretische Erläuterungen relevant und soll der Vollständigkeit halber hier nur kurz vorweggenommen werden: Sachtexte, wie sie hier Verwendung finden, weisen ein geringes Maß an Emotionalisierung auf (Näheres dazu in Kapitel 5.2).

3.1.3 Das Lesen journalistischer Texte

„Der Journalismus ist ein gesellschaftliches Teilsystem mit der Funktion der Selbstbeobachtung der Gesellschaft. Dafür stellt er Öffentlichkeit her, indem er Themen aktuell und universell auswählt, objektiv über sie berichtet, Beiträge veröffentlicht und kontinuierlich mit Hilfe von Massenmedien an das Publikum verbreitet.“(Neuberger & Kapern, 2013, S.29)

Gewisse Leitlinien und Grundwerte gehören zum Journalismus und sind auch zumeist Grundlage journalistischen Arbeitens in Redaktionen: Im Zentrum steht beispielsweise die Vielfalt an Themen oder Quellen, die Aktualität des Berichteten, die Relevanz für die Gesellschaft, für die geschrieben wird, Zugänglichkeit und Verständlichkeit sowie die Glaubwürdigkeit, die sich aus unabhängigem Arbeiten und der sorgfältigen Überprüfung und Recherche der Informationen ergibt (Arnold, 2013). Das Lesen von journalistischen Texten wird häufig mit reinem Informationserwerb assoziiert, doch

finden sich unterschiedliche Veröffentlichungsformen mit unterschiedlichem Aufbau und Informationsgehalt. Einige journalistische Texte werden von den Lesenden hauptsächlich wegen ihrer unterhaltenden Funktion ausgewählt (Arnold, 2013; Lünenborg, 2007). Eine einfache und wichtige Unterscheidung ist die zwischen Zeitungen und Zeitschriften, deren Machart, Intention und Zielgruppen sich voneinander unterscheiden. Doch auch innerhalb dieser beiden Kategorien zeigen sich große Unterschiede, denn die sogenannte Regenbogenpresse unterscheidet sich massiv beispielsweise von Zeitschriften für bestimmte Interessen. Auch bei Zeitungen finden sich ganz unterschiedliche Qualitätsansprüche, Zielgruppen und Vorgehensweisen (Peters, 2011). Dabei können bestimmte Formate mit eigenen Darstellungsregeln sowohl den Schreibenden als auch den Lesenden Sicherheit geben: Journalist*innen können innerhalb des hektischen Alltags auf bewährte Darstellungsmuster zurückgreifen und die Lesenden können mit bestimmten Formaten auch Erwartungen verknüpfen und einen Artikel schneller innerhalb des möglichen Spektrums an Texten einordnen. So wissen bereits vor dem Kauf, was sie von einer Zeitung oder Zeitschrift erwarten können und ob ihre Interessen darin überhaupt vertreten sind. An dieser Stelle können Abweichungen vom bekannten Duktus einer Publikation allerdings auch schnell zu Irritationen und Unmut auf Seite des Lesenden führen oder Missverständnisse auslösen, wenn die eigentliche Zielgruppe sich nicht ausreichend repräsentiert fühlt (Neuberger & Kapern, 2013).

Außerdem lassen sich bei journalistischen Veröffentlichungen grundsätzlich verschiedene Darstellungsmodi abgrenzen, in die sich einzelnen Formen der journalistischen Texte einordnen lassen. So liefert Journalismus einerseits oft Tatsachen, die in informativen Formaten veröffentlicht werden, andererseits werden aber auch Kommentare publiziert, die sehr meinungsbetont sind (Rykalová, 2003). Dabei wird dann auch noch der Blickwinkel auf die Inhalte unterschieden: Auf einer objektiven Ebene können Journalist*innen sich auf äußerlich Überprüfbares konzentrieren oder auf einer subjektiven Ebene eher ihre eigene, durch einen introspektiven Zugang erlangte Sichtweise darlegen (Neuberger & Kapern, 2013).

Die verschiedenen Darstellungsformen beziehungsweise journalistischen Formate sind einem historischen Wandel unterworfen und vor allem mit der Ausbreitung des Internets im alltäglichen Leben sind viele Veränderungen

eingetreten. Es wird sogar von der *Krise des Journalismus* gesprochen, denn obwohl sich Journalismus immer gewandelt hat, scheint es jetzt besonders ernst angesichts „eines tatsächlich tiefgreifenden Strukturwandels [...], der maßgeblich, aber nicht ausschließlich mit der Verbreitung digitaler Medien zu tun hat und der Medienunternehmen weltweit, insbesondere die Verlagsbranche, hart getroffen hat“ (Novy, 2013, S.20). Die Digitalisierung hat eine große Spannbreite an Informationsbeschaffungsmöglichkeiten eröffnet, die hochaktuelle Informationen aus verschiedensten Blickwinkeln aus der ganzen Welt zugänglich macht und neue Möglichkeiten sowie Anforderungen mit sich bringt (Auer, 2016; Neuberger & Kapern, 2013), denen „traditioneller Journalismus“ nicht immer gewachsen ist. Hinzu kommt die Veränderung des Nutzendenverhaltens: Die Möglichkeiten im Internet erlauben den Zugriff zu vielen kostenlosen Formaten und gestatten es außerdem, nur ausgewählte Themenbereiche zu lesen. Die Notwendigkeit entfällt, eine ganze Zeitung zu kaufen, wenn nur bestimmte Abschnitte von persönlichem Interesse sind - eine Notwendigkeit, die in der Vergangenheit auch zum zufälligen Lesen von nicht selbst gewählten Artikeln und Themenbereichen führte und auch weniger „spannende“ Formate in der Zeitung mitfinanzierte (Kramp, Novy, Ballwieser & Wenzlaff, 2013; Weischenberg, 2018).

Gleichzeitig hat die Zunahme der Medieninhalte im Internet zu einer stärkeren Konkurrenz geführt. Damit einher geht eine immer deutlicher an vermeintlichen Wünschen und Vorstellungen der Rezipierenden – oder gar der Werbetreibenden – orientierte und uniformer wirkende Gestaltung der Medienangebote. Diese wiederum hat letztendlich dann nicht zuletzt aufgrund der geringeren Vielfalt zu einer verminderten Glaubwürdigkeit des Journalismus geführt. Menschen beurteilen Journalismus mehr und mehr kritisch und vertrauen nicht mehr auf die moralische Integrität von Journalist*innen, was zum Teil auch mit besonderen Entwicklungen und Berichterstattungen zu tun hat (Altmeyden & Greck, 2012), man denke dabei an den vieldiskutierten Fall um den Reporter Claas Relotius, dessen Fälschungen in seinen Reportagen ein großer und weitreichender Schock für die gesamte Medienwelt war (Stark, 2018).

Redaktionell entstandene Inhalte stehen im Internet außerdem oft scheinbar gleichberechtigt neben privaten Informationsangeboten, deren Quellen nicht angegeben werden und gelegentlich auch dubios sein können, sodass

„Fakten offenbar keine zentrale Rolle mehr spielen“ (Weischenberg, 2018, S.3). Gerade deshalb ist ein Blick auf die eigentliche Funktion des Journalismus von Bedeutung: Warum ist diese Textart heute noch genau so aktuell und wichtig wie sie es vor 100 Jahren war – vielleicht sogar noch wichtiger? Als „vierte Gewalt“ im Staat kommt Journalismus mit Blick auf die Politik eine gewisse Kontrollfunktion zu, vereinfacht gesagt lässt sich sagen, dass journalistisches Arbeiten dafür sorgen soll, dass die Bevölkerung von dem erfährt, was politisch relevant ist (Greck & Altmeyen, 2012), weshalb es von zentraler Bedeutung ist, dass Journalismus unabhängig betrieben werden kann (Neuberger & Kapern, 2013). Darüber hinaus soll Journalismus einen Gesamtüberblick ermöglichen, denn Menschen aus den unterschiedlichsten sozialen Schichten, Berufsgruppen und Subkulturen sollen so die Möglichkeit bekommen, über alle relevanten und aktuellen Bereiche des gesellschaftlichen Lebens einen Überblick zu erhalten. „Deshalb decken Tageszeitungen in ihren Sparten die wichtigen Bereiche der Gesellschaft ab wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Bildung, Gesundheit und Sport“ (Neuberger & Kapern, 2013, S.26). Auf diese Weise formt Journalismus das, was *die Öffentlichkeit* als wichtig bewertet ebenso mit wie die verschiedenen Blickwinkel darauf, woraus sich allerdings auch ein hohes Maß an Macht über den öffentlichen Diskurs und somit eine Verpflichtung zu einer gewissen Objektivität ergibt (Neuberger & Kapern, 2013). Vollständige Objektivität allerdings kann allein schon aufgrund der Tatsache nicht gegeben sein, dass ein Ereignis nicht bis in alle Details erzählt werden kann. Dementsprechend geht die Berichterstattung mit einem Auswahlprozess einher, den Journalist*innen anwenden müssen, um Ereignisse in den Rahmen journalistischer Texte fügen zu können. Hinzu kommt, dass auch die gewählten sprachlichen Mittel in ihrer Objektivität sehr unterschiedlich und sehr subjektiv sein können, sodass Wertung und Beeinflussung sich mehr oder weniger subtil in zahlreichen journalistischen Textarten finden (Rykalová, 2006).

Gerade diese Möglichkeit zur subtilen Vermittlung von (emotional) wertenden Elementen und die mit der journalistischen Aufgabe verbundene Machtposition der Medien als Ganzes macht es lohnenswert, journalistische Texte in die Untersuchung mit einzubeziehen. Ob im Print oder online, journalistische Texte sind wohl für die meisten Menschen regelmäßiger Bestandteil ihres Lebens und tragen maßgeblich dazu bei, Informationen zu verbreiten und Meinungen zu bilden.

Insgesamt lassen die bisher zusammengefassten Betrachtungen auch für den Journalismus den Schluss zu, dass es sich um eine Anzahl an unterschiedlichen Textarten handelt, die hier unter einem Begriff zusammengefasst werden. Deshalb ist es auch an dieser Stelle wieder notwendig, aufzuzeigen, mit welcher Art von journalistischen Texten in dieser Arbeit Verwendung finden sollen. Die journalistischen Texte, die hier Verwendung finden, behandeln alle in erster Linie Informationen zu aktuellen und wichtigen Themen in der Gesellschaft und Ereignissen. Es geht also weniger um Kolumnen und ausführliche Reportagen, sondern um Tatsachenberichterstattung oder Meldungen zu aktuellem Geschehen. Grundlegend ist hierbei eine Basisorientierung an den Fakten um das entsprechende Ereignis, wobei normalerweise die wichtigsten Inhalte zuerst genannt werden. Hierzu gehören etwas die beteiligten Personen, die Beschreibung des Geschehens selbst, wann und wo es sich zugetragen hat und wie es dazu kommen konnte. Außerdem sind mögliche Ursachen und Folgen ebenso wichtige Fragen wie die nach den Quellen für die Informationen. Erst, nachdem all diese wichtigen Informationen gegeben wurden, kann in der Folge im Text zusätzliches Material folgen, also etwa Hintergrund und Vorgeschehen oder Zitate von Augenzeugenberichten (Neuberger & Kapern, 2013).

3.2 „Modernes“ Lesen

Gesellschaftlich befindet sich der Blick auf das (literarische) Lesen im ständigen Wandel und dessen Stellenwert in Verbindung mit wichtigen Funktionen für das alltägliche Leben verändert sich ebenfalls. Häufig steht beispielsweise der Bildungscharakter beim literarischen Lesen im Vordergrund, während die Beschäftigung mit elektronischen Medien mit Vergnügen assoziiert wird (Dawidowski, 2009).

3.2.1 Lesen im Wandel

Eine besonders pessimistische Sichtweise auf die Bewertung gerade des literarischen Lesens in der gesellschaftlichen Wahrnehmung und somit einen Kontrapunkt zu den zuvor genannten Daten der Stiftung Lesen, die eine hohe Bewertung des Lesens zeigen, liefern die spanischen Forschenden Ibarra-Rius und Ballester Roca (2019):

„Among the different reasons that explain the change in the social perception of literary reading, there is an underlying neoliberal perspective of education that has been conceived according to capitalist criteria and mercantilist values for which reading, and especially literary reading, is not a valid asset given that it does not produce direct benefits and, therefore, cannot occupy the same place as disciplines of a scientific nature or be placed in the axis of qualifications capable of generating substantial job offers for its students.“ (Ibarra-Rius & Ballester Roca, 2019, S.55)

Betrachtet man die Lesezahlen in Deutschland, wird ein Zusammenhang denkbar zwischen einem solchen Blickwinkel auf das Lesen und den ständig sinkenden Zahlen derer, die mindestens einmal in der Woche ein Buch lesen. Außerdem lassen sich Verbindungen erahnen zu der Tatsache, dass die Anzahl der Menschen (vor allem im sogenannten „mittleren Alter“ zwischen 30 und 60), die gern lesen möchten, aber angeben, einfach keine Zeit zum Lesen zu haben, sich seit 2005 mehr als verdoppelt hat (Schneller, 2019). Als vermeintlich unproduktive Tätigkeit findet das literarische Lesen offenbar in dieser Altersgruppe nicht viel Raum, wenn sie es sich auch anders wünschen würde (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). Diese Entwicklungen sind nicht neu, denn die Medienlandschaft hat sich bereits seit den 1970er Jahren mit der Verbreitung des Fernsehapparates mehr und mehr gewandelt, sodass das Lesen mittlerweile eine Kulturtechnik von vielen ist, aus denen zur Entspannung und zum Vergnügen ausgewählt werden kann (Dawidowski, 2009). Angesichts dieser Entwicklungen und der Vielzahl an Unterhaltungsmöglichkeiten könnte sich die Frage aufdrängen, warum gerade das literarische Lesen beispielsweise in der Schule gefördert werden soll – wenn die Menschen es offenbar weniger *möchten*? Schließlich gibt es dank moderner Technologie immer mehr Möglichkeiten, auch mit weniger ausgeprägten Lesefähigkeiten das Leben zu bewältigen. Immer mehr technische Geräte werden mit einer Spracherkennungssoftware ausgestattet, sodass es beispielsweise möglich ist, sich auf Nachfrage auf dem Smartphone das Wetter oder von Amazons *Alexa* die Nachrichten vorlesen zu lassen, den Fernseher einfach zum Abspielen eines Films aufzufordern oder ohne ein einziges Wort zu schreiben Termine in den elektronischen Kalender einzutragen. Messenger-Apps bieten außerdem Sprachnachrichten an oder sogar die Möglichkeit, gesprochenen Text automatisch aufschreiben zu lassen. Warum also noch das Lesen fördern,

wenn es scheinbar immer weniger wichtig wird? Und warum ausgerechnet das literarische Lesen? Darauf lassen sich aus verschiedenen Perspektiven Antworten geben. Zunächst einmal ist das Lesen an sich „in einer literalen, also schriftbasierten Gesellschaft eine unabdingbare Schlüsselqualifikation“ (Reiss, Weis, Klieme & Köller, 2019), die Teilhabe am öffentlichen Leben gewährleistet – denn auch Spracherkennung hat ihre Grenzen. Außerdem gehen all die oben genannten technischen Möglichkeiten und Dienste auch immer mit „Nutzungsvereinbarungen“ und „Datenschutzerklärungen“ einher, und wer diese nicht lesen kann, läuft schnell Gefahr, zum Opfer dubioser Geschäfte zu werden.

Bezogen auf Vorteile des literarischen Lesens zeigen sich beispielsweise bessere kognitive Fähigkeiten bei Menschen, die viel lesen. Bei Kindern wirkt sich das Lesen zudem positiv auf die Entwicklung des Vokabulars und des Allgemeinwissens aus (Cunningham & Stanovich, 1998). Auch Jugendliche profitieren stark von literarischem Lesen, denn es kann ihnen bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben beim Übergang zum Erwachsenenalter helfen und dabei insbesondere „insights into self-identification, self-construction, and self-awareness“ (Howard, 2011, S.53) liefern. Gerade zwischen regelmäßigem fiktionalem Lesen und stärkerer Empathie (z.B. bei Djikic, Oatley und Moldoveanu (2013); Kidd und Castano (2013); Mar, Oatley, Hirsh, dela Paz und Peterson (2006); Mar, Oatley und Peterson (2009)) sowie besseren sozialen Fähigkeiten zeigen sich Zusammenhänge (Mar et al., 2006, 2009), auch bei Erwachsenen. Bal und Veltkamp (2013) fanden, dass besonders fiktionales literarisches Lesen, das mit einer starken emotionalen Beteiligung einhergeht, sich sogar bereits nach kurzer Zeit positiv auf die Empathie auswirkt. Kidd und Castano (2013) untersuchten Zusammenhänge zwischen der affektiven und kognitiven Theory of Mind. Sie fanden im experimentellen Kontext bereits durch einmaliges Lesen eines literarischen Textes einen positiven Einfluss auf die Theory of Mind der Teilnehmenden. Dieses Ergebnis konnte allerdings in Folgestudien von anderen Forschenden (Panero et al., 2016; Samur, Tops & Koole, 2018) nicht repliziert werden. Wie die Autoren der Originalstudie fanden Panero et al. (2016) allerdings einen klaren Zusammenhang zwischen der Lesemenge über die Lebensspanne der Proband*innen und der besseren Theory of Mind, sowohl im kognitiven als auch im affektiven Bereich. Bei Samur et al. (2018) wurde das Leseverhalten vor der eigentlichen Untersuchung nicht mit abgefragt.

Es zeigt sich insgesamt also: Literarisches Lesen hat nicht nur Unterhaltungsfunktion und dient nicht nur als Werkzeug zum Erwerb von Lesekompetenz im Grundschulalter – wenn diese beiden Faktoren auch wichtige Elemente sind. Es wirkt sich weiterhin auch im Erwachsenenalter auf diejenigen Fähigkeiten aus, die das zwischenmenschliche Zusammenleben beeinflussen, und gerade Aspekte wie Empathie, soziale Fähigkeiten oder Perspektivübernahme wie bei der Theory of Mind sind in der Gesellschaft wichtige Fähigkeiten.

3.2.2 Lesen im digitalen Zeitalter

Im digitalen Zeitalter kommt zur Frage der Textart noch eine weitere Facette hinzu, nämlich das haptische, plastische Medium, das Lesende in Händen halten. So kann ein Text *auf Papier* gelesen werden, also beispielsweise ein Buch oder eine großformatige Zeitung, oder eben *elektronisch*, also etwa auf dem Handy, Tablet oder e-Reader. Auch für das vorige Kapitel spielte die Frage der Technologie bereits eine zentrale Rolle, daher soll hier noch einmal ein genauer Blick darauf geworfen werden, was genau *elektronisches Lesen* eigentlich ausmacht und wo Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Vergleich mit traditionelleren Möglichkeiten des Lesens liegen.

Bereits in der Stiftung Lesen-Umfrage von 2008 zeigte sich ein leichter Trend zum Lesen am Bildschirm: Unter den Befragten, die Computer benutzen, hatte der Anteil derjenigen, die Texte am Bildschirm lesen, ohne diesen auszudrucken im Vergleich zur Studie zuvor (25% im Jahr 2000) deutlich vergrößert (41%) (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). Auch Schneller (2019) stellt fest, dass sich allgemein die Einstellung zum elektronischen Lesen von 2013 bis 2018 deutlich gebessert hat. Bedenkt man, dass beispielsweise die Ergebnisse von der Stiftung Lesen (2008) sich bereits vor der flächendeckenden Einführung von eReadern zeigten, wird deutlich: Das Lesen scheint sich zu verändern, und Menschen fühlen sich immer wohler damit, auf elektronischen Geräten zu lesen (Kuzmičová, Schilhab & Burke, 2018). Dieser Wandel hängt auch mit der technischen Entwicklung zusammen und damit, dass immer mehr Textarten angeboten werden, die für das Lesen auf Bildschirmen ausgelegt sind beziehungsweise dafür adaptiert werden. Selbst das Lesen von eBooks auf dem Handy wird durch verschiedene App-Angebote (z.B. Amazons Kindle-App) immer einfacher ermöglicht und lässt so eine fließende Integration des Lesens in den Alltag zu, da selbst kürzere Momente und

Zeiteinheiten wie Warten im Wartezimmer oder das Fahren in öffentlichen Verkehrsmitteln genutzt werden können (Kuzmičová et al., 2018). Bei modernen Lesenden „spielen Tablets und mobile, Android und iOS-betriebene Endgeräten (sic!) wie iPad und iPhone, die nicht nur das bequeme Konsumieren sondern auch den einfachen Erwerb von digitalen Inhalten ermöglichen, eine vor wenigen Jahren nicht für möglich gehaltene Rolle“ (Kramp et al., 2013, S.27). So erlaubt das Smartphone durch seine Vielseitigkeit, Verfügbarkeit und Einfachheit der Nutzung mit einer Hand praktische Einsatzmöglichkeiten, die dem *traditionellen* Buch verwehrt bleiben (Kuzmičová et al., 2018).

Deutlich erkennbar ist, dass Textarten mittlerweile nicht mehr immer strikt einem Medium zugeordnet sind, beispielsweise kann Literatur sowohl als klassisches Buch als auch auf e-Readern oder Tablets gelesen werden, ebenso wie fast alle Zeitungen und Zeitschriften auch eine digitale Version anbieten, als Abo in Apps, für e-Reader oder einfach auf ihren Webseiten. Zahlreiche Apps bieten darüber hinaus eine Erweiterung der klassischen Literatur durch Möglichkeiten der animierten Interaktion an - ein Bereich, in dem fortlaufend neue Angebote entwickelt werden (Lange, 2019). Diese relativ neuen technischen Möglichkeiten eröffnen auch neue Einsatzbereiche und sind geeignet, sich positiv auf das Lesen auszuwirken. Gerade im Bereich der Leseförderung finden e-Reader vermehrt Einsatz, da sich gezeigt hat, dass sie insgesamt attraktiver und weniger abschreckend wirken als gedruckte Bücher und das Image des Lesens gerade bei Jugendlichen deutlich verbessern können (Ehmig, Reuter & Menke, 2011).

Aufgrund dieser Entwicklungen ist es naheliegend, dass das elektronische Lesen weiter zunehmen wird und die gedankliche Trennung zwischen dem Lesen auf Papier und dem elektronischen Lesen gerade bei jüngeren Menschen verschwindet. Demnach ist anzunehmen, dass die Erwartungen der Lesenden hauptsächlich von der Textart geprägt sind und weniger von dem Medium an sich, dass sie also beispielsweise von einem Roman dasselbe erwarten, ob sie ihn nun in elektronischer Form vorliegen haben oder als gedrucktes Buch und dass ein Zeitungsartikel für sie letztendlich dasselbe Leseerlebnis bietet, ob er nun auf dem Tablet oder auf Papier gelesen wird. Für das Lesen zum Vergnügen berichten Lesende beispielsweise, dass sie ebenso vertieft und involviert lesen, wenn sie es „zwischendurch“ auf Mobil-

geräten tun wie es beim „traditionellen“ Lesen von Büchern aus Papier der Fall wäre (Kuzmičová et al., 2018).

Dennoch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass es Menschen gibt, für die das „Lesegefühl“ grundsätzlich ein anderes ist, wenn sie ein technisches Gerät anstelle von Papier in der Hand halten oder die elektronisches Lesen an sich ablehnen. Möglicherweise hat das einfach mit persönlichem Geschmack zu tun. Möglicherweise liegt hier aber auch der von Hayler (2015) beschriebene Mechanismus zugrunde, der neue Geräte und Möglichkeiten zunächst einmal ablehnt und als *unnatürlich* bezeichnet. So werden verschiedene Formen von Technologie als solche nicht unbedingt immer als Teil der menschlichen Natur betrachtet – bis dann eine neue Technologie auf den Markt kommt und etwas an sich Erfolgreiches in diesem Bereich zu verdrängen droht. Dann wird die ältere und daher eben oft beliebtere Technologie als *natürlicher* beschrieben und bevorzugt, die neuere entsprechend kritisiert: „Discussions of the new devices for e-reading will provide us with useful demonstrations of just these kinds of conflict, pointing us to the most vital issues for users involved in the early moments of accommodating new daily practices“ (Hayler, 2015, S.7). Diese Kritik hat allerdings oft einen wahren Kern, denn technologische Weiterentwicklung hängt auch mit dem Verlust von etwas Vertrautem zusammen. Neuere Technologien – in diesem Fall beispielsweise eReader oder Möglichkeiten zum Lesen in Smartphone-Apps, sind beispielsweise oft komplizierter, die Einstiegsschwelle bis zum Beginn des Lesens liegt hier deutlich höher als beim simplen Aufschlagen eines Buches (Ehmig et al., 2011; Hayler, 2015), das zudem noch ein anderes, haptisch intensiveres Erlebnis bietet (Gerlach & Buxmann, 2011) und nicht die potenziellen Ablenkungsmöglichkeiten durch andere Apps, wie sie zum Beispiel bei einem Smartphone gegeben sind (Kuzmičová et al., 2018). Allerdings zeigt sich auch, dass beispielsweise mit dem Smartphone und den damit verbundenen vielseitigen Möglichkeiten sehr viele positive Emotionen verknüpft sind (Kuzmičová et al., 2018), die diesen Verlust für viele, gerade jüngere Nutzende sicherlich wettmachen.

Letztendlich lässt sich zum Themenbereich des elektronischen Lesens sagen, dass technische Geräte insgesamt mittlerweile für sehr viele Menschen ein essenzieller und selbstverständlicher Bestandteil des Alltags geworden sind,

nicht nur in Bezug auf das Lesen, sondern beispielsweise auch bei der Pflege von sozialen Kontakten, was insgesamt die emotionale Einstellung zu den Geräten positiv beeinflusst (Serrano-Puche, 2015). Das elektronische Lesen unterschiedlichster Textarten ist – auch bedingt durch diese Entwicklung – nicht mehr „das andere Lesen“, es ist ebenso wie die Nutzung anderer technologischer Fortschritte zur Unterhaltung (z.B. Hörbücher) selbstverständlicher geworden, denn Angebote wie eBooks und Online-Journalismus gehören selbstverständlich zum Leben (Neuberger & Kapern, 2013). Sie haben aber eben andere Grundlagen, und dadurch „verschmelzen die Grenzen zwischen Lese- und Medienkompetenz“ (Lange, 2019, S.24). An dieser Stelle schließt sich der Kreis dieses Kapitels und es wird einmal mehr deutlich, warum es einerseits notwendig ist, über das *elektronische Lesen* an sich zu sprechen, es andererseits aber eben nicht strikt von dem *traditionellen Lesen* auf Papier abzugrenzen – unabhängig davon, um welche Textart es sich handelt.

Für die Vorbereitung der empirischen Studien im Rahmen dieser Arbeit hat sich in diesem Kapitel gezeigt, dass der Faktor des Lesemediums gerade für jüngere Lesende im Vergleich mit dem der Textart zu vernachlässigen ist. Das Lesen auf elektronischen Geräten ist zu einem Alltagsphänomen geworden und nicht mehr als „das andere Lesen“ anzusehen.

3.2.3 Einfluss sozialer Medien auf das Lesen

„Social media sites are already so deeply embedded in our daily lives that people rely on them for every need, ranging from daily news and updates on critical events to entertainment, connecting with family and friends, reviews and recommendations on products/services and places, fulfilment of emotional needs, workplace management, and keeping up with the latest in fashion (sic!) to name but a few.“ (Rana et al., 2018, S.431f)

Aufgrund dieser Entwicklung und der für viele Menschen enormen Bedeutung sozialer Medien erscheint es sinnvoll, diese genauer zu betrachten und einen Blick auf formale und inhaltliche Eigenheiten zu werfen.

Zunächst einmal stellt sich hier die wichtige Frage: Was genau sind eigentlich *soziale Medien*? Aufgrund der Vielzahl an unterschiedlich gestalteten

sozialen Medien ist eine Definition nicht so einfach. Ein Merkmal sozialer Medien ist, dass die Inhalte nicht wie bei Blogs und Webseiten von einzelnen Verantwortlichen oder Redaktionen erstellt werden, sondern dass die Nutzenden selbst die Inhalte erstellen und wechselseitig darauf Bezug nehmen (Schweiger, 2017; Welker & Kloß, 2014). Hier können natürlich auch Redaktionen hinter den Inhalten stehen, aber es gibt nicht die eine übergeordnete Redaktion, die bestimmt, was bei Facebook oder Instagram veröffentlicht wird. Grundsätzlich können sich alle Menschen, die Interesse und die technischen Möglichkeiten haben, anmelden, ein eigenes Profil anlegen und ihre eigenen Inhalte posten. Je nach Medium ist die Betrachtung gewisser Inhalte auch ohne Anmeldung möglich, aber zur Interaktion und zum eigenen Erstellen von Inhalten ist eine Registrierung immer vonnöten. Zentral ist insgesamt die Interaktion der Nutzenden miteinander, indem sie gegenseitig Beiträge kommentieren und darüber kommunizieren, so ihre Beziehungen pflegen und sich austauschen (Scheffler, 2014; Welker & Kloß, 2014). Mit ihren persönlichen Profilen können Nutzende dann anderen Profilen (das können Privatpersonen oder Firmen sein) dann „folgen“, diese „abonnieren“ oder mit „Gefällt mir“ markieren, um in ihrer eigenen, individuellen Startseite oder ihrem „Feed“ entsprechende Inhalte angezeigt zu bekommen. Tatsächlich nutzen auch ein Großteil der Angemeldeten in vielen sozialen Medien diese passive Form des Konsumierens selbst zusammengestellter Inhalte deutlich stärker als die Möglichkeiten, selbst Inhalte zu veröffentlichen (Eble, 2012; Schweiger, 2017). Diese Inhalte werden dann von Seiten der jeweiligen Plattformbetreiber dauerhaft gespeichert und sind oft noch Jahre später abrufbar (Welker & Kloß, 2014).

Grundsätzlich lassen sich die Arten von sozialen Medien nach ihren Möglichkeiten und der Art der Inhalte kategorisieren. Neben Videoplattformen wie *Youtube* gibt es solche, deren Fokus auf der Vernetzung der Nutzenden liegt, wie es bei *Facebook* der Fall ist (auch mit „professionellerem“ Ziel wie *Xing* oder *LinkedIn*), außerdem Microblogging-Plattformen wie *Twitter* oder standortbezogene Dienste wie *Foursquare* oder *Jodel*, die die GPS-Daten des Smartphones der Person nutzen, um Inhalte aus deren Umgebung anzuzeigen. Diese Einteilung in vier Bereiche und einige der genannten Beispiele stammen von Eble (2012). Da sich die Entwicklungen im Internet zum Teil rasch vollziehen, wurden die Beispiele durch aktuellere soziale Medien er-

gänzt. Außerdem haben sich zwischenzeitlich auch Mischformen ergeben, denn beispielsweise *Spapchat* oder *TicToc* lassen sich als Microblogging-Videoplattformen bezeichnen. Die mittlerweile enorm populäre Plattform *Instagram* findet bei Eble (2012) noch gar keine Erwähnung, hier handelt es sich am ehesten um eine fotobasierte Microblogging-Netzwerk-Plattform. *Facebook* hat als Plattform eine große Bandbreite an Angeboten (Eble, 2012) und hat sich immer wieder gewandelt. Mittlerweile lässt es sich auch als Microblogging-Plattform bezeichnen, auf der Texte gezielt vermarktet werden. Bis zu dem Zeitpunkt, an dem diese Arbeit fertiggestellt und veröffentlicht wurde, haben sich sicherlich auch wieder neue soziale Medien ergeben, die diese Kategorisierung in Frage stellen, während vielleicht einige der genannten Beispiele bereits nicht mehr genutzt werden.

Relevant ist die Kategorisierung für diese Arbeit, da die technischen Möglichkeiten des jeweiligen Mediums ebenso wie die Art der jeweils intendierten Inhalte der Plattformen für die Analyse der Texte von großer Bedeutung sind. Es wurde bereits erwähnt, dass für diese Arbeit Texte analysiert werden sollen, die für ein größeres Publikum verfasst worden sind. Diese sogenannte *massenpersönliche Kommunikation* zeichnet sich „durch wenige aktive Sender und viele passive Empfänger“ (Yang, 2018, S.278) aus, und ist nicht spezifisch für soziale Medien. Sie tritt aber gerade hier häufig auf, bedingt durch die Einfachheit des Schreibens und Veröffentlichens. Dieser Fokus schränkt auch die Auswahl der sozialen Medien ein, aus der die Texte stammen könnten, denn beispielsweise die standortbezogenen Plattformen sind nur begrenzt geeignet, gezielt Textmaterial für ein größeres Publikum zu verbreiten, da hier niemals sichergestellt werden kann, wer die Texte liest. Plattformen wie Twitter oder Facebook sind als Quelle für Stimulusmaterial am besten geeignet, da diese hauptsächlich textbasiert sind (das Teilen von Bildern ist aber zumeist möglich) und Nutzende entsprechend auf das Lesen eingestellt sind.

Soziale Medien insgesamt erfreuen sich seit ihrer Erfindung wachsender Beliebtheit, allerdings in unterschiedlichem Ausmaß und mit je nach Plattform über die Jahre hinweg wechselnder Steigerungsrate (Perrin & Anderson, 2019; Smith & Anderson, 2018). Rana et al. (2018) zeigen in ihrer ausführlichen Analyse von 132 Studien, die sich mit dem Thema Social Media beschäftigt haben, dass etwa seit 2011 soziale Medien in der Forschung nicht mehr als

etwas Neues behandelt werden und dass sich seitdem zahlreiche Forschungsperspektiven rund um die Eigenschaften von Social Media und verschiedene Aspekte des Verhaltens von Nutzenden ergeben haben. Unter Anderem arbeiten sie Aspekte heraus wie das Erstellen und Verbreiten von Informationen, die privater Natur sein können, aber auch politische Inhalte, globale Inhalte oder Katastrophen zum Inhalt haben können (Rana et al., 2018). Ein gutes Beispiel hierfür ist die aktuelle Organisation von Protesten und Streiks zum Thema Klimawandel, deren Verbreitung und Organisation zu großen Teilen über soziale Medien stattfindet und deren Reichweite und Einfluss ohne diese Möglichkeiten vermutlich nur einen Bruchteil dessen erreicht hätte, was heute der Fall ist.

Über die Forschungslage in Bezug auf soziale Medien und ihre Vielseitigkeit, ihren Einfluss und das unterschiedliche Nutzerverhalten ließe sich noch viel sagen, was für diese Arbeit allerdings zu weit führen würde. Rana et al. (2018) bieten hier einen sehr guten Überblick und stellen vor, welche Forschenden welche Schwerpunkte untersucht haben. Im weiteren Verlauf des Kapitels wird ein Fokus gesetzt auf die für diese Arbeit relevanten Vorgänge in Bezug auf Texte, die von Einzelpersonen oder kleineren (politischen, redaktionellen oder kommerziellen) Gruppen geschrieben wurden, die ein größeres Publikum ansprechen möchten. Private Postings oder reine Werbebeiträge werden entsprechend außer Acht gelassen, da diese zwar einen lohnenswerten Forschungsgegenstand darstellen, allerdings thematisch nicht zum vorliegenden Studienaufbau passen.

Nach diesen formalen Rahmenbedingungen und Eigenschaften der sozialen Medien sind auch die Rezeption, die Motivation und das Verhalten der Nutzenden ein wesentlicher Aspekt. Ein wichtiger Grund, warum viele Menschen soziale Medien nutzen, ist die Beschaffung beziehungsweise das Finden von Informationen (Eble, 2012; Pfeiffer, 2014). Im vorigen Kapitel über Journalismus wurde bereits erwähnt, dass einige Menschen nur noch wenig Vertrauen in „klassische Medien“ haben (Weischenberg, 2018), dementsprechend suchen sie sich andere Wege der Informationsbeschaffung und greifen beispielsweise auf soziale Medien zurück. Diese bieten nicht nur die Möglichkeit, sehr schnell Nachrichten und Stellungnahmen zu veröffentlichen – eine Möglichkeit, die auch von Journalist*innen und Politiker*innen häufig genutzt

wird – sondern eben auch die Möglichkeit der Personalisierung der eigenen *Filterblase*, bei der Nutzende selbst auswählen, wem sie „folgen“ oder wen sie „abonnieren“ und so eine selbst festgelegte Auswahl an Inhalten angezeigt bekommen (Pfeiffer, 2014; Weischenberg, 2018). Hier liegt auch eine Sorge begründet, die häufig mit sozialen Medien assoziiert wird: Menschen sind nur noch dem ausgesetzt, was sie selbst zusammengestellt haben und sind in der Lage, unangenehme Themen zu vermeiden. So werden ihre Meinungen und Ansichten nicht in Frage gestellt, sondern stets weiter bekräftigt und bestärkt, ohne „störende“ Fakten, die diesen eventuell widersprechen könnten. Tatsächlich zeigt sich ein gewisser Selektionseffekt in sozialen Medien, der zum Teil auf Algorithmen basiert, zum Teil aber auch darauf, dass Menschen dazu neigen, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen und eher Links anzuklicken, wenn dessen Inhalte sich mit ihrer ohnehin schon existierenden Meinung überschneiden (Bakshy, Messing & Adamic, 2015; Fletcher & Nielsen, 2018). Dennoch sind Nutzende von sozialen Medien insgesamt einem größeren Spektrum an verschiedenen Meinungen ausgesetzt, nutzen eine größere Anzahl an verschiedenen Informationsquellen und sehen auch häufiger Meinungen, denen sie grundsätzlich widersprechen als Menschen, die gar keine sozialen Medien nutzen (Fletcher & Nielsen, 2018). Hier unterscheiden sich die verschiedenen Plattformen allerdings strukturell: Soziale Medien, deren Fokus auf Vernetzung liegt (z.B. *Facebook*) spiegeln oft die „Offline-Bekanntschaften“ der Menschen wieder und können daher diverser sein als beispielsweise Microblogging-Plattformen wie *Twitter*, bei denen die persönliche Bekanntschaft mit den Menschen oder Marken, denen „gefolgt“ wird, eine untergeordnete Rolle spielen und die Auswahl stärker nach der Übereinstimmung von Meinungen und Einstellungen getroffen wird (Bakshy et al., 2015).

Es lässt sich insgesamt nicht pauschal sagen, dass Menschen soziale Medien nur zur Bestätigung ihrer Meinung nutzen oder sich hier ausschließlich in homogenen Kreisen bewegen. Es ist deshalb nicht naheliegend, dass das Lesen eines Social Media-Postings an sich bereits ein bestimmtes Set an Emotionen aktiviert, wie es der Fall sein könnte, wenn Menschen hier nur Selbstbestätigung suchen (in einem solchen Fall könnte eine „andere“ Meinung ja große Irritationen hervorrufen). Vielmehr ergibt sich ein sehr heterogenes Bild der Nutzung, das die Einordnung der sozialen Medien in die

Kategorie der Informationsbeschaffung und Bildung über politische und gesellschaftliche Vorgänge legitimiert. Dieser Umstand macht die Textart der sozialen Medien für die empirische Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit sehr interessant.

3.3 Geschlechterdifferenzen beim Lesen

Ein Blick auf Geschlechterdifferenzen beim Lesen scheint vor allem relevant geworden zu sein, seit die Ergebnisse internationaler Schulleistungsvergleichsstudien wie PISA (Programme for International Student Assessment) oder IGLU (Internationale Grundschul-Lese-Untersuchung) zeigen, dass die Lesefähigkeit besonders der Jungen in Deutschland weniger gut entwickelt ist, als es zu wünschen wäre, wie beispielsweise Kessels (2014); Maus (2014); Philipp (2011) oder van Hek, Buchmann und Kraaykamp (2019) aufzeigen. Im Altersvergleich liegen diese Unterschiede auch international vor und nehmen im Verlauf des Grundschulalters und mit dem Übergang zum Jugendalter weiter zu (Merisuo-Storm, 2006; Reilly, Neumann & Andrews, 2019). Diese unterschiedlichen Fähigkeiten hängen auch mit dem Leseverhalten zusammen: Mädchen lesen schon vom Beginn ihrer „Karriere“ als Selbstlesende an bereits mit mehr Vergnügen, lesen insgesamt mehr Bücher, hauptsächlich aber mehr fiktionale Bücher als Jungen (Charlton, Burbaum & Sutter, 2004; Kessels, 2014; Merisuo-Storm, 2006; Philipp, 2011). Untersuchungen zeigen, woher diese auch international gefundenen Unterschiede rühren könnten: Bereits in jungem Alter fordern Eltern Mädchen häufiger zum Lesen auf als Jungen und unterstützen sie auch intensiver dabei. Hinzu kommt, dass Frauen auch häufiger Lesevorbilder sind, so übernehmen zu Hause oft die Mütter die Lesesozialisation und sind Vorbilder, was das Lesen zum Vergnügen angeht, und auch in Kindertagesstätten übernehmen diese Rolle zumeist Erzieherinnen, später Grundschullehrerinnen (Maus, 2014). Es zeigen sich bereits früh Unterschiede in zahlreichen Bereichen wie der Präferenz beim Lesen, der Menge, in der gelesen wird und auch der Lesekompetenz, was den Schluss zulässt, dass die Bedeutung des Faktors *Geschlecht* für das Lesen die von anderen Faktoren bei Weitem übersteigt (Maus, 2014). Da die Lesefähigkeit eine Grundvoraussetzung für schulischen Erfolg im Allgemeinen darstellt und darüber hinaus die Lebensqualität und den beruflichen Werdegang auch über die Schulzeit hinaus beeinflusst, zieht sich dieser frühe

Einfluss weit über das Kindesalter hinaus (Castles, Rastle & Nation, 2018).

Wie sieht es nun aber konkret in der Erwachsenenwelt aus? Weichen diese Unterschiede mit dem Heranreifen der Lesenden auf, werden sie beibehalten oder gar verstärkt? Das Thema ist insgesamt nicht im Fokus der Forschung, es liegen hauptsächlich Befragungsergebnisse vor.

Laut der Stiftung Lesen gaben 42% der Frauen, aber nur 19% der Männer an, dass ihnen das Lesen von Romanen, Erzählungen oder Gedichten wichtig oder sogar sehr wichtig ist. Bei Sach- oder Fachbüchern zeigt sich hier ein etwas einheitlicheres Bild: 40% der Frauen und 38% der Männer machten hier diese Angabe (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). In einer aktuelleren Umfrage wurden Proband*innen nach dem Stellenwert des Lesens in ihrem Leben gefragt und 74% der Frauen, aber nur 63% der Männer stimmten der Aussage zu, dass Lesen zum Leben dazu gehört. Der Aussage „Lesen macht Spaß“ stimmten 71% der Frauen und 46% der Männer zu (Ehmig & Heymann, 2018). Insgesamt bewerten sowohl Frauen als auch Männer das Lesen eher als eine weiblich konnotierte Tätigkeit (Espinoza & Strasser, 2020).

In einer älteren Umfrage fragte die Stiftung Lesen danach, wie viel Zeit pro Tag sie in etwa mit dem Lesen verbringen. Nach eigenen Angaben lasen Frauen hier durchschnittlich für etwa 43 Minuten am Tag, Männer etwa 38 Minuten (Charlton et al., 2004). Es zeigt sich, dass die reine Lesezeit von Männern und Frauen sich nicht mehr so stark unterscheidet wie in der Kindheit. Hier könnten allerdings eine Vielzahl an Faktoren eine Rolle spielen. Schließlich haben Erwachsene im Allgemeinen nicht mehr so viel Zeit zur Verfügung wie Kinder und zudem unterschiedliche Verpflichtungen, die die Lesezeit reduzieren könnten. Zudem sagt die Anzahl an gelesenen Minuten nur bedingt etwas über den Stellenwert des Lesens aus, denn aus zuvor genannten Gründen kann selbst eine selbsternannte „Leseratte“ vielleicht nicht so viel lesen, wie sie gern würde. Auch über den persönlichen Geschmack in Bezug auf Textart und Genre oder den individuellen Lesestil lassen diese Zahlen keine Rückschlüsse zu. Daher müssen weitere Umstände in Bezug auf das Lesen betrachtet werden. In den folgenden Kapiteln werden deshalb weitere Faktoren, in denen Geschlechterunterschiede gefunden wurden, vorgestellt.

Zwei wichtige Aspekte sind bei diesen Funden allerdings vorab zu beachten: Erstens sind viele der vorliegenden Daten durch Selbstauskunft erworben

worden, sodass internalisierte Geschlechterstereotype einen Einfluss haben könnten. Es ist also möglich, dass die Befragten eher auf ihre Bilder von Männern und Frauen als Lesende zurückgreifen als auf ihre persönlichen Leseerfahrungen. Hinzu kommt, dass sich viele der Untersuchungen speziell auf das literarische Lesen beziehen und das Lesen von Zeitungen, Zeitschriften, (Online-)Magazinen oder Blogs nur wenig oder gar nicht mit berücksichtigen. Dennoch lassen sie zusammenfassend ein Bild zu, das Lesetendenzen aufzeigt und für das weitere Arbeiten nützlich sein kann.

3.3.1 Lesen Frauen und Männer unterschiedliche Texte?

Bereits in der Kindheit zeigen sich geschlechtertypische Vorlieben in Bezug auf die Textart: Mädchen greifen häufiger zu literarischen Texten, während Jungen eine größere Vorliebe für Informationstexte haben (Schwippert, Bos & Lanke, 2004). Unter Jugendlichen fand Graf (2004) eine starke Tendenz der männlichen Versuchspersonen zu Sachtexten als mit der männlichen Identität verknüpfte einzige Leseoption, nachdem die Befragten das kindliche Leseverhalten abgelegt haben. Diese Vorliebe wird sogar verbunden mit einer „zum Teil aggressiven Abwehr der Fiktion“ (S.32). Weiterhin findet Graf hier eine starke Abwertung des Romanlesens und zum Teil sogar überhaupt allen Lesens mit Ausnahme der Sachtexte. Merisuo-Storm (2006) sieht hier eine Art Kreislauf, indem Jungen Lesen als Aktivität innerhalb der Peer Group abwerten und dies sich nachhaltig auf ihr Leseverhalten und auch ihre Fähigkeiten auswirkt.

Und auch im Erwachsenenalter zeigen sich Unterschiede, beispielsweise in der Bedeutung, die Männer und Frauen dem Lesen beimessen: „Literarische Texte sind 37% der Frauen wichtig oder sehr wichtig, aber nur 20% der Männer“ (Charlton et al., 2004, S.5). Gefragt nach den Textarten, die Männer und Frauen im Alltag lesen gaben 62% der Frauen an, Bücher zur Unterhaltung zu lesen, allerdings nur 35% der Männer, hier liegt also eine starke weibliche Präferenz vor. Die Männer hingegen gaben mit 65% häufiger an, Texte im Internet zu lesen als die Frauen mit 58%. Sachbücher zeigten mit 33% der Frauen und 37% der Männer eine leichte Tendenz, was vor dem Hintergrund der starken Präferenz im Jugendalter ein interessantes Ergebnis ist (Ehmig & Heymann, 2018).

Wenn sie nach bevorzugten Genres gefragt werden, geben Frauen an, häufiger Gedichte, Biographien, Romane, Ratgeber und Erzählungen zu lesen.

Männer hingegen lesen nach eigenen Angaben eher zeitgeschichtliche oder politische Bücher, Zeitungen oder Zeitschriften (Charlton et al., 2004; Maus, 2014), wobei gerade bei Zeitschriften im Kindesalter auch Studien vorliegen, die zeigen, dass Mädchen diese etwas häufiger lesen (Philipp, 2011), hier ergeben sich also Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen. Inhaltlich wählen Frauen bevorzugt Literatur, die von Beziehungen, Schicksal oder Liebe handelt, während Männer eher zu Themen wie Abenteuer, Krieg oder Fantasy und Science Fiction greifen (Charlton et al., 2004).

3.3.2 Lesemotivation und Lesemodi von Frauen und Männern

Es ist nicht grundsätzlich davon auszugehen, dass es einen „weiblichen“ und einen „männlichen“ Lesemodus gibt. Philipp (2011) beschreibt, dass gerade bei Kindern aus bildungsnahen Elternhäusern große Parallelen zwischen Jungen und Mädchen zu finden sind. Dennoch ordnet auch er das sehr emotional geprägte intime Lesen eher als weiblich konnotiert ein, dagegen als eher männlich konnotiert das Lesen zur Informationsbeschaffung und um „die eigene Expertise und das Wissen zu vertiefen“ (Philipp, 2011).

Mit dem Übergang zum Jugendalter nimmt der Wert, den das Lesen im Leben einnimmt, bei den meisten Kindern ab (Philipp, 2011). Weibliche Jugendliche geben dann allgemein mehr unterschiedliche Lesemotive an als männliche, außerdem erfüllt die Lektüre bei den Mädchen häufiger den Zweck der Stimmungskontrolle. Jungen trennen eher zwischen dem reflektierenden Lesestil, den sie aus der Schule kennen und dem privaten Lesen zum Vergnügen, sodass den Mädchen, die hier weniger differenzieren, das Sprechen über das Gelesene leichter fällt, besonders im Bezug auf emotionale Erfahrungen (Charlton et al., 2004).

Auch bei Erwachsenen finden sich Geschlechterunterschiede im Bezug auf den Lesemodus: Männer lesen nach eigener Angabe eher wissensorientiert zur Weiterbildung und Information, Frauen eher zur Unterhaltung oder Entspannung (Charlton et al., 2004). Frauen lesen bei alledem insgesamt empathischer und eher identifikatorisch, fühlen sich mehr in den Text ein und lesen verstärkt, um persönliche Lebensereignisse zu bewältigen (Charlton et al., 2004; Maus, 2014). Männer geben dagegen an, sich mehr auf den Inhalt des Gelesenen zu konzentrieren (Maus, 2014), sie bleiben also insgesamt

beim Lesen näher am Text. Außerdem scheinen sich Männer bereits früher in ihrer „Lesekarriere“ auf bevorzugte Themen und Genres fest, denen sie dann treu bleiben, während Frauen ihr Lesen im Laufe der Zeit stärker verändern (Philipp, 2011). Frauen messen der Literatur häufiger eine große Bedeutung für ihr Leben bei, als Männer es tun (Charlton et al., 2004)

Zusammenfassend lässt sich also folgendes festhalten: Männer zeigen insgesamt eher eine Tendenz zu sachlichem und informativem Lesen und haben eine größere emotionale Distanz zum Gelesenen als Frauen. Diese hingegen lesen stärker identifikatorisch und empathisch und tun dies mehr als die Männer zur eigenen Unterhaltung.

3.3.3 Haben Frauen und Männer unterschiedliche Lesefähigkeiten?

Mehrfach wurde nun bereits angeführt, dass sich im Kindesalter Unterschiede in den Lesefähigkeiten von Jungen und Mädchen finden lassen, beispielsweise bei Kessels (2014); Maus (2014); Philipp (2011); Schwippert et al. (2004). Wenn in der Folge die emotionalen Reaktionen von Männern und Frauen analysiert werden sollen, ist daher die Frage nach den kognitiven Lesefähigkeiten naheliegend: Könnten eventuelle Unterschiede einfach durch die verschiedenen Fähigkeiten von Männern und Frauen entstehen?

Hannon (2014) untersuchte Geschlechterdifferenzen in den kognitiven Komponenten des Leseverständnisses bei Erwachsenen in acht Komponenten auf zwei verschiedenen Ebenen: Den „higher-level processes“, die auf die Texttiefe abzielen und beispielsweise das Erinnern und Abrufen des Gelesenen, aber auch die Verknüpfung verschiedener Ideen innerhalb des Textes beinhalten, sowie den „lower-level processes“, die das Entziffern der Worte ausmachen. Es zeigten sich in zwei der acht Komponenten kleine Geschlechterunterschiede zugunsten der Männer, nämlich in Bezug auf das Ziehen von Schlussfolgerungen („text inferencing“) und die auf niedrige Wissensintegration („low-knowledge integration“), während die anderen sechs der untersuchten kognitiven Komponenten keine signifikanten Geschlechterunterschiede aufwiesen. Hierbei handelt es sich um Komponenten wie Textgedächtnis („text memory“), Entziffern der Worte („word decoding“), höhere Wissensintegration („high-knowledge integration“) oder erkenntnisbezogene Lernüberzeugung („epistemic belief of learning“) (Hannon, 2014). Diese Ergebnisse zeigen sich

auch in anderen Untersuchungen, die Erwachsene anstelle von Kindern in den Fokus stellen, beispielsweise bei Kaufman, Kaufman, Liu und Johnson (2009), die ein breites Altersspektrum untersuchten und bei erwachsenen Lesenden keine Geschlechterunterschiede feststellten. Zahlreiche Metaanalysen zeigen über einen längeren Zeitraum entweder keine oder sehr geringe Unterschiede im Leseverständnis von Männern und Frauen, beispielsweise zusammengestellt von Hyde und Linn (1988), Hedges und Nowell (1995) oder Hyde (2014).

Somit ist insgesamt davon auszugehen, dass eventuelle Unterschiede in den emotionalen Reaktionen von Männern und Frauen in der vorliegenden Arbeit nicht auf ein unterschiedliches Leseverständnis zurückzuführen sind, denn alle Studien sind so angelegt, dass Erwachsene die Zielgruppe darstellen.

4 Emotionen

Emotionen sind zentrale Konstrukte des menschlichen Lebens und haben weitreichenden Einfluss auf das Verhalten der Menschen. In Bereichen wie Werbung und Marketing ist der Zusammenhang zwischen Emotionen und Handeln für viele Menschen besonders naheliegend, werden doch bei dem Versuch, Kaufentscheidungen zu beeinflussen, Emotionen gezielt angesprochen. Hier haben neben den bewussten, manipulativ angelegten emotionalen Botschaften auch andere, nicht gezielt evozierte Emotionen einen Einfluss (Achar, So, Agrawal & Duhachek, 2016). Allerdings werden auch weit grundlegendere Prozesse von Emotionen beeinflusst, zum Beispiel, was Menschen bewusst wahrnehmen und in welchem Ausmaß. Menschen, deren emotionale Grundstimmung unangenehm ist, haben eine stärkere Tendenz, düstere Gesichtsausdrücke bewusster und eindrücklicher zu verarbeiten als Menschen mit positiverer Grundstimmung. Ein ähnlicher Kongruenzeffekt zeigt sich bei positiver Grundstimmung und lächelnden Gesichtern (Anderson, Siegel & Barrett, 2011). Auch beim Fällen von Entscheidungen werden Menschen stärker von Emotionen geprägt, als ihnen vielleicht manchmal bewusst ist, wie Lerner, Li, Valdesolo und Kassam (2015) in ihrer umfangreichen Analyse aus über 40 Jahren Forschung im Bereich Emotion und Entscheidungsfindung herausarbeiten. Alle in diesem Artikel aufgezeigten Mechanismen und Möglichkeiten, wie sich Emotionen auf die Entscheidungen der Menschen auswirken, lassen sich in der vorliegenden Arbeit nicht wiedergeben und würden auch zu weit führen. Wichtig ist jedoch zu betonen, dass Emotionen nicht immer einen negativen Einfluss haben müssen, denn beispielsweise Traurigkeit kann zu systematischeren Bewertungsprozessen führen. Außerdem, so Lerner et al. (2015) sind spezifische Strategien notwendig, um unerwünschte Effekte auf die Entscheidungsfindung zu verhindern, denn Anstrengung allein reicht hier nicht. Ein bewusster Umgang mit der eigenen

Emotionalität und die Fähigkeit, hier gegenzuarbeiten und die emotionsbedingte Befangenheit durch Fokus auf die entgegengesetzte Richtung abzufangen sind Methoden, die Lerner et al. (2015) als hilfreich einordnen. Ohne bewusstes Nachdenken können Emotionen einen Einfluss auf die Einstellung von Menschen haben, etwa durch klassisches Konditionieren oder das Ziehen einfacher Schlussfolgerungen, während ein höheres Maß an Nachdenken beispielsweise dazu führen kann, dass Menschen ihre eigenen Gefühle bewerten und kritisch hinterfragen (Petty & Briñol, 2015).

Den Einfluss von Emotionen auf das Arbeitsgedächtnis fasst Baddeley (2012) anhand einiger Beispiele zusammen und auch hier eröffnet sich allerdings ein breiter Themenbereich. So macht zum Beispiel eine erhöhte Ängstlichkeit Menschen sensibler für die Wahrnehmung von Bedrohung, sogar, wenn diese nur in Form von bedrohlichen Worten auftritt. Auch die Aufmerksamkeitsspanne zeigt sich bei ängstlicheren Menschen deutlich verkürzt im Vergleich zu nicht-ängstlichen Menschen.

Die Reihe der Prozesse, die durch Emotionen beeinflusst werden, ließe sich noch deutlich weiter fortsetzen, was jedoch an dieser Stelle zu weit führen würde. Mit Blick auf das Thema der vorliegenden Arbeit laufen die folgenden Kapitel nach einem allgemeinen Blick auf Definitionsmöglichkeiten des Emotionsbegriffs zuspitzend auf die Notwendigkeiten für das konkrete Arbeiten mit dem Begriff hinaus.

4.1 Probleme der Definition

Der Begriff *Emotion* ist im Alltag so gebräuchlich, dass es zunächst unnötig erscheint, ihn zu definieren, wo doch jede*r ganz selbstverständlich eine Vorstellung davon hat. Wissenschaftlich gesehen liegt nicht eine einzige, ultimativ und disziplinenübergreifend gültige wissenschaftliche Definition für das Konzept der Emotion vor. Selbst in der Psychologie wurden Fragen wie die nach der Grundstruktur von Emotionen, ihren Bestandteilen oder ihrer Herkunft innerhalb der menschlichen Entwicklung bereits mehrfach in unterschiedlicher Weise in Form von verschiedenen Emotionstheorien beantwortet, denn Emotionen spielten bereits vom Beginn der Psychologie als Wissenschaft eine wichtige Rolle. Bereits in den frühen Tagen der Disziplin entstanden verschiedene Emotionstheorien. Einige dieser Theorien dienten

als Basis für modernere Emotionstheorien und einige werden auch heute noch mit einigen Anpassungen als gültig angesehen (Meyer, Reisenzein & Schützwohl, 2001).

4.1.1 Eine Auswahl an Emotionstheorien

Bei der Vorstellung der Emotionstheorien ließe sich bereits in der Antike ansetzen, um die Vorstellungen und Theorien in Bezug auf Emotionen herauszuarbeiten. Das würde allerdings deutlich den Rahmen dieser Arbeit sprengen, hier finden sich gute Zusammenstellungen beispielsweise bei Frevert (2016) oder etwas ausführlicher in den ersten Kapiteln bei Kappelhoff, Bakers, Lehmann und Schmitt (2020). Um für das weitere Arbeiten einen kurzen Überblick zu geben, wird kurz eine Auswahl an wichtigen Theorien vorgestellt, die für diese Arbeit eine Grundlage bilden sollen. Dabei werden nach und nach auch die heute als elementar angesehenen Bestandteile von Emotionen herausgestellt.

Einer der bekanntesten frühen Forscher, die sich mit der Thematik der Emotionen beschäftigt haben, ist wohl Charles Darwin. 1872 erschien sein Buch *The Expression of the Emotions in Man and Animals*. Wie der Titel bereits beschreibt, lag Darwins Fokus auf dem Emotionsausdruck in Mimik und Gestik als zentralem Aspekt der Emotion und sein Bemühen war es unter anderem, die Entwicklung eines universellen Emotionsausdrucks zentraler, voneinander abgegrenzter Emotionen im Verlauf der Phylogenese zu erforschen und dafür weitere Belege zu finden (Darwin, 1872; Hess & Thibault, 2009). Ein Element der einflussreichen Forschung Darwins wird bis heute als zentraler Bestandteil von Emotionen angesehen: Der Ausdruck von Emotionen in Mimik und Gestik.

Nicht lange nach Darwin folgte 1884 die Veröffentlichung eines weiteren zentralen Werkes: William James beschäftigte sich in seinem Artikel „What is an Emotion“ mit dem Versuch, Emotionen genauer zu definieren. Ebenso wie der zeitgleich arbeitende Carl Lange ging er davon aus, dass Emotionen aus der subjektiven Wahrnehmung und Bewertung körperlicher Veränderungen entstünden. Trotz einiger Unterschiede werden die beiden Theorien oft als „James-Lange-Theorie“ zusammengefasst (Northoff, 2008). Diese Theorie wurde allerdings von einigen Zeitgenossen aus unterschiedlichen (und oft religiösen) Gründen nicht uneingeschränkt geteilt, unter anderem Bestand

Uneinigkeit, ob ein Blick auf die physischen Gegebenheiten von mentalen Vorgängen der richtige Ansatz sein kann (Bailey, 2020). In dieser Theorie zeigt sich bereits ein zweiter heute noch als bedeutend angesehener Aspekt: Die physiologische, also körperliche Reaktion, die oft mit Emotionen verbunden ist. Diese steht bei James noch im Mittelpunkt und ist im Grunde Auslöser für die Emotion, heute wird sie als ein Grundbestandteil von Emotionen angesehen.

Der deutsche Psychologe Wilhelm Wundt vertrat die Ansicht, dass in Bezug auf Emotionen Körperliches und Mentales strikt getrennt zu untersuchen seien. Er arbeitete mit der Methode der Introspektion und versuchte, im Labor emotionale Zustände zu induzieren, wobei er verschiedene Emotionsdimensionen unterschied, z.B. Lust und Unlust als entgegengesetzte Extreme derselben Achse. Er widersprach der James-Lange-Theorie nicht vollständig, betonte aber, dass nur grundlegende Erregungslevel durch die Messung physiologischer Vorgänge untersucht werden können, für komplexere Emotionen diese Methodik allerdings nicht ausreichend sei (Bailey, 2020).

Mit der Entwicklung des Behaviorismus und dessen Fokus auf beobachtbarem Verhalten und Reiz-Reaktions-Mustern verschob sich das Hauptinteresse vieler Psychologen in Richtung Lernen und Motivation. Begründer John B. Watson stand introspektiven Methoden kritisch gegenüber und befand „Psychology, as it is generally thought of, has something esoteric in its methods.“ (Watson, 1913, S.163). Dennoch beschäftigte er sich mit Emotionen, die er als durch Reize ausgelöste "hereditary pattern-reaction involving profound changes of the bodily mechanism as a whole, but particularly of the visceral and glandular systems“(Watson, 1919, S.165) beschrieb und in die angeborenen *emotional patterns* (zunächst Angst, Wut und Liebe) sowie später entwickelte *consolidated emotions* einteilte (Watson, 1919). Es wird sich zeigen, dass eine ähnliche Aufteilung in verschiedene Arten von Emotionen und deren Ursprung (angeboren vs. gelernt bzw. erworben) auch in anderen Theorien relevant sein wird. Ausgeklammert wurde in Watsons Emotionstheorie der subjektive Aspekt einer Emotion, der häufig als *Gefühl* beschrieben wird, was mit seiner behavioristischen Ausrichtung zusammenhängt: Der Fokus auf das Beobachtbare führt dazu, dass physiologische Reaktionen sowie der Ausdruck von Emotionen untersucht werden können,

„private“ Gefühlsvorgänge, die dem psychologischen Beobachter verborgen bleiben, laut Watson aber gar nicht Gegenstand der Psychologie sein sollten. Watson verleugnete also nicht, dass es subjektive Anteile einer Emotion geben könnte - er war lediglich der Meinung, dass sein Fach diese nicht professionell untersuchen könne (Watson, 1913).

Hier zeigt sich – wenn auch nicht explizit untersucht – ein dritter Aspekt von Emotionen, der auch heute noch relevant ist: Subjektives Gefühlsempfinden.

4.1.2 Bestandteile von Emotionen und ihre Gewichtung

Diese doch relativ kleine Auswahl an verschiedenen Emotionstheorien hat bereits verschiedene Bestandteile von Emotionen aufgezeigt, die heute in einem breiten Konsens als elementare Teile von Emotionen angesehen werden: den Emotionsausdruck in Mimik und Gestik, die subjektive Wahrnehmung der Emotion (also das Gefühl) und die physiologischen Elemente von Emotionen wie die Veränderungen von Herzschlag und Hautleitwert. Spätere Theorien bewerteten diese drei Bestandteile jeweils ganz unterschiedlich. Beispielsweise befand Schachter in seiner kognitiv orientierten Theorie das subjektive Erleben der physiologischen Veränderungen als absolut notwendigen Anteil einer Emotion, das kognitive Reflektieren darüber als ebenso zentral. Um eine Emotion zu verursachen, muss eine Person die physiologische Erregung nicht nur wahrnehmen, sondern sie auch kognitiv einordnen und mit einer bestimmten Erklärung, beispielsweise einem Angstauslöser, verknüpfen und so die Erregung als deren Folge wahrnehmen (Schachter, 1964).

Einen Fokus hingegen auf den Emotionsausdruck legte Paul Ekman in seiner einflussreichen Forschung. Er erforschte unter anderem die Fragen nach der Universalität des Emotionsausdrucks (Ekman, 1970) und nach dessen grundlegender Rolle beim Erkennen von Emotionen (Ekman, 1977) und entwickelte auf dieser Basis das Facial Action Coding System mit (Ekman & Rosenberg, 1997). Darüber hinaus formulierte er eine Theorie der Basisemotionen (Ekman, 1999), auf der bis heute zahlreiche andere Theorien fußen. Da hier ein wichtiger Ansatzpunkt und ein Zusammenhang mit dem in der vorliegenden Arbeit verwendeten Testinstrument besteht, wird den Basisemotionen in der Folge ein weiteres Kapitel gewidmet.

Es lässt sich auf Basis des bereits vorgestellten Materials deutlich erkennen,

wie vielseitig der Forschungsgegenstand ist und wie schwierig zu erfassen. Der Begriff *Emotion* wurde historisch unter den verschiedensten Blickwinkeln untersucht und kategorisiert, immer mit anderen Schwerpunkten und scheinbar auch wechselnden Bedeutungen. „However, the multicomponent nature of emotions entails a looseness of structure that leads to considering a discrete category labeled „emotion“ as only a shorthand“ (Frijda, 2008, S.72). Die Funktion des Emotionsbegriffs als eines solchen Kürzels macht deutlich, dass trotz aller Unterschiede doch grundlegende Gemeinsamkeiten vorliegen, und dass die Forschenden unter dem gemeinsamen Oberbegriff dieses Kürzels arbeiten. Tatsächlich zeigte die von Ekman (2016) durchgeführte Befragung von 248 Forschenden, die aktuell in der Emotionsforschung aktiv waren, viele Übereinstimmungen unter den Forschenden. Unter anderem zeigte sich „agreement now about the evidence for universals in emotional signs and the evidence for five emotions“ (Ekman, 2016), außerdem zeigte sich, dass die meisten Forschenden heute sowohl die kategoriale als auch die dimensionale Sichtweise auf Emotionen in ihrer Forschung verwendeten. Ekman (2016) betont, dass sich immer noch Unterschiede in zentralen Fragen finden, er jedoch durch seine langjährige Forschung den Eindruck gewonnen habe, die Übereinstimmungen haben in der Vergangenheit zugenommen.

Von den genannten drei Hauptfaktoren *Gefühl, körperliche Reaktionen* und *Ausdruck* ist für die vorliegende Arbeit das subjektive Emotionserleben relevant, da hier die Messung durch Fragebögen sehr gut umzusetzen ist. Zwar wäre es theoretisch auch möglich, physiologische Reaktionen sowie den Ausdruck zu messen - für beides existieren bereits Messinstrumente. Für die vorliegende Arbeit wurde allerdings die Entscheidung für das subjektive Erleben gefällt, da die Abfrage mit Fragebögen ökonomischer ist und es in kürzerer Zeit erlaubt, größere Datenmengen zu sammeln.

4.2 Basisemotionen als Grundlage für Messinstrumente

Im vorigen Kapitel wurde bereits kurz auf die Theorie der Basisemotionen von Ekman verwiesen. Diese Theorie wurde im Laufe der Jahrzehnte seit ihrer Entwicklung mehrfach überarbeitet, jeweils mit unterschiedlichen

Ergebnissen in Bezug darauf, welche Emotionen zu den Basisemotionen gehören, nachzulesen zum Beispiel in Ekman (1992, 1999) oder Ekman und Cordaro (2011). Auch andere Forschende haben Theorien zu Basisemotionen aufgestellt, die jeweils unterschiedliche Sets aus Emotionen mit einbeziehen. Meyer, Schützwohl und Reisenzein (2003) zeigen in ihrer Übersicht zu Emotionstheorien in einer tabellarischen Übersicht (S. 159) beispielhaft an fünf verschiedenen Forschenden, welche Emotionen zu den Basisemotionen gezählt werden und es zeigt sich, dass deren Anzahl und Zuordnung variieren kann. Genannt werden hier beispielsweise Ekmans Theorie mit sechs definitiven und vier weiteren möglichen Basisemotionen und die Theorie von Izard mit elf Basisemotionen. Izards Arbeit ist grundsätzlich ähnlich gelagert wie die von Ekman, außerdem von diesem und von Darwin inspiriert. In seiner *Differential Emotions Theory* teilt Izard verschiedene Emotionen ein, wobei die genaue Anzahl im Laufe von Izards Forschungslaufbahn variierte. Ursprünglich von zehn Emotionen ausgehend formulierte er die Theorie, dass jede dieser Emotionen auf einzigartige Weise auf den Menschen wirkt, so beispielsweise seine Motivation und seinen Antrieb beeinflussen, Selbstregulierung auslösen oder seine Wahrnehmung verändern können. Außerdem betont er, dass die Emotionen einander beeinflussen, sich also gegenseitig aktivieren, verstärken oder abschwächen können (Izard, 1977).

Auf Basis der *Differential Emotions Theory* wurde von Izard und Kollegen die *Differential Emotions Scale (DES)* entwickelt, der die zehn Emotionen aus Izards *Differential Emotions Theory* zugrunde liegen:

- Verachtung
- Ekel
- Ärger
- Angst
- Traurigkeit
- Scham
- Schuld
- Freude
- Überraschung
- Interesse (Izard, 1977)

Diese Emotionen werden jeweils in drei Items abgefragt, bei denen die Versuchspersonen auf einer fünfstufigen Skala die Emotionsintensität bewerten

sollen. Die Originalquelle für die DES ist ein unveröffentlichtes Manuskript.¹

Während im englischen Sprachraum mit der DES weiter gearbeitet wurde und einige Weiterentwicklungen entstanden, wie z.B. bei Boyle (1989) oder Galanakis, Stalikas, Pezirkianidis und Karakasidou (2016) zu sehen ist, übersetzten Merten und Krause die DES ab 1985 im Rahmen ihrer Forschungsprojekte ins Deutsche. Zu dieser Übersetzung ist keine offizielle Publikation erschienen, es liegt allerdings ein Bericht an der Universität des Saarlandes vor, der die Zuordnung der Items zu den Affektskalen sowie einige Informationen über die praktische Anwendung der Skala und weitere Werte wie z.B. die Reliabilität enthält (Merten & Krause, 1993). Auf der Basis dieser übersetzten Version erarbeiteten Renaud und Unz (2006) schließlich die *modifizierte Differenzielle Affekt Skala (M-DAS)*. Die Autorinnen formulierten hierbei konkret die Messung von Emotionen in Bezug auf die Mediennutzung als Ziel, und in diesem Rahmen erweiterten sie das Instrument um positive Emotionen. Weitere Details über die genaue Beschaffenheit des Fragebogens und die Auswahl der Items finden sich in Kapitel 7.3.2.

Messinstrumente, die auf den Basisemotionen basieren, haben den Vorteil, dass es möglich ist, eine grundlegende Bandbreite an Emotionen innerhalb eines kurzen Vorgangs abzufragen. Das kann einerseits vorteilhaft sein, weil sich die Forschenden dann nicht auf eine oder wenige Emotionen festlegen müssen, wenn sie sich für ein Design entscheiden, andererseits aber auch, wenn Versuchspersonen nicht merken sollen, auf welche Emotionen die Forschenden mit ihrem Design abzielen. Außerdem wird gerade bei der *DES* kein Gesamtwert gebildet, sodass sich in der Auswertung eine differenzierte Betrachtung der Emotionen ergibt. Die Breite dieser Messinstrumente kann auch nachteilig wirken, wenn etwa kein Interesse an weiteren Emotionen besteht und stattdessen gezielt einzelne Emotionen mit einer größeren Anzahl individueller Facetten gemessen werden sollen (Schmidt-Atzert, Peper & Stemmler, 2014).

Für die vorliegende Arbeit ist die Breite der Instrumente genau das, was mit Blick auf die verschiedenen Emotionen, die in knappem Format abge-

¹Izard, C. E., Dougherty, F. E., Bloxom, B. M. & Kotsch, W. E. (1974). The Differential Emotions Scale: A method of measuring the subjective experience of discrete emotions. Vanderbilt University.

fragt werden sollen, gewünscht ist. Im folgenden Kapitel werden in Bezug auf die Geschlechterdifferenzen die Emotionen herausgearbeitet werden, die im Rahmen der empirischen Untersuchung von Interesse sind, und es wird sich zeigen, dass ein Rückbezug auf die Basisemotionen stattfindet.

4.3 Geschlechterdifferenzen in Bezug auf Emotionen

„Gender differences in emotional functioning are widely documented, but are often inconsistent across personality, social, and situational variables, as well as types of emotional processes, quality of emotions, and task characteristics.“ (Brody & Hall, 2008, S.395)

Schon seit langem sind Geschlechterdifferenzen im Bereich der Emotionen Gegenstand empirischer Untersuchungen. Hier werden mimischer und verbaler Emotionsausdruck ebenso verglichen wie die Selbstbilder von Männern und Frauen, wenn es um ihr eigenes Empfinden und das des anderen Geschlechts geht. Im Zentrum steht hierbei nicht mehr die Frage, ob Frauen oder Männer nun tatsächlich emotionaler sind, vielmehr nähert sich aktuellere Forschung dem Bereich der Geschlechterdifferenzen bei Emotionen „durch eine Berücksichtigung einer Vielzahl von Faktoren wie etwa biologischen, persönlichkeitsbezogenen, sozialen, kognitiven und kulturellen Variablen, die als potentielle Mediatoren und Moderatoren das Zusammenspiel von Geschlecht und Emotionen mitbestimmen“ (Lozo, 2010, S.43).

Insgesamt werden Frauen häufig als das emotionalere Geschlecht betrachtet und beschreiben sich auch selbst als emotionaler, als Männer es tun. Obwohl es in Bezug auf die Häufigkeit, mit der durchschnittlich insgesamt Emotionen empfunden werden, keine Geschlechterunterschiede zu geben scheint (Simon & Nath, 2004), fanden sich beispielsweise Unterschiede in Bezug auf die Emotionsintensität: Frauen schreiben sich selbst eine höhere emotionale Intensität zu und empfinden sich selbst als offener mit ihren Gefühlen (Barrett, Robin, Pietromonaco & Eysell, 1998; Tobin, Graziano, Vanman & Tassinary, 2000). Diese Selbsteinschätzungen ließen sich auch in Studien mit Blick auf emotionale Intelligenz sowie auf verbale und nonverbale Fä-

higkeiten zur Emotionsdekodierung belegen. Frauen drücken ihre Emotionen stärker verbal aus als Männer es tun - sowohl im gesprochenen als auch im geschriebenen Wort (Brody, Hall & Stokes, 2016).

Frauen berichten von einem stärkeren Empathieempfinden als Männer und sie sind überzeugter von ihrer Fähigkeit, die Emotionen ihrer Mitmenschen zu übernehmen – eine Erkenntnis, die für viele Emotionen auch mit EMG-gestützten Untersuchungen untermauert wird. Hier zeigten sich zumindest für eine Anzahl an Emotionen stärkere Gesichtsmuskelaktivitäten von Frauen (Brody & Hall, 2008).

Es finden sich häufig Inkonsistenzen zwischen den Ergebnissen verschiedener Studien, die Geschlechterdifferenzen in Bezug auf Emotionalität in den Fokus nehmen. Die Ergebnisse hängen beispielsweise häufig ab vom situativen Kontext, den Eigenschaften der Stichproben, der verwendeten Methode per der allgemeinen Merkmalerfassung (Brody & Hall, 2008). Diese Aspekte werden also in den folgenden Kapiteln mit berücksichtigt, wenn konkrete Ergebnisse vorgestellt werden.

4.3.1 Emotionsbezogene Geschlechterstereotype

Die stereotype Darstellung von emotionalen Frauen und sachlich bis gefühllos dargestellt Männern findet sich im alltäglichen Leben immer wieder, sei es im Fernsehen, in Büchern oder in der Werbung. Dementsprechend kann davon ausgegangen werden, dass dieser Einfluss bewusst oder unbewusst auf einen Großteil der Menschen wirkt. So ist naheliegend, dass einige der Unterschiede aus Studien mit Selbstbefragungen damit zusammenhängen. Wenn Männer und Frauen von Kindheit an ein bestimmtes Bild im Kopf haben, wie mehr oder weniger emotional Menschen ihres eigenen Geschlechts sein sollten, werden sie sich zumeist eher so darstellen, dass sie diesem Bild eher entsprechen (Brody et al., 2016). Wie mit allen empirischen Forschungsergebnissen, die auf Selbstbeobachtung beruhen ist es deshalb nahezu unmöglich, die Ursache der gefundenen Unterschiede auszumachen. Um die Rolle internalisierter gesellschaftlicher Erwartungen von früher Kindheit an weiter zu untersuchen, muss der Bereich der Geschlechterstereotype mehr Beachtung finden. Diese beeinflussen den Blick auf Männer und Frauen in der Gesellschaft und somit auch die Art und Weise, wie Eltern ihre Kinder behandeln (Chaplin, 2015). Eine stärkere mentale Präsenz der Stereotype bei

Versuchspersonen zeigte sich schon früh als Einflussfaktor für die Antworten in Bezug auf Emotionen: Frauen, die Stereotype stärker befürworteten, berichten eine größere Emotionsintensität, während stärker stereotyp beeinflusste Männer deutlich weniger intensive Emotionen berichteten (Grossman & Wood, 1993).

Die präskriptiven Anteile, die mit vielen Stereotypen einhergehen existieren auch für Geschlechterstereotype. Hier finden sich Verbindungen zu Geschlechterrollen, denn mit ihnen „sind bestimmte normative Erwartungen verbunden, die ihrerseits durch geschlechterstereotype Zuschreibungen entstanden sind, bspw. Erwartungen an eine geschlechtsspezifische Arbeitsteilung oder ein ‚rollenkonformes‘ Verhalten“ (Thiele, 2019, S.3). Bezogen auf konkrete Eigenschaften dabei wird von Frauen erwartet, warmherzig, sensibel und kooperativ zu sein, keinesfalls sollten sie dominant, aggressiv, arrogant oder einschüchternd wirken. Bei Männern hingegen wird Handlungsfähigkeit geschätzt, außerdem größerer Wettbewerbssinn, Durchsetzungsfähigkeit und Unabhängigkeit, während sie keinesfalls Eigenschaften wie Schwäche, Unsicherheit oder starke Emotionalität zeigen sollten. Eine Weiterentwicklung dieser Stereotype bis hin zu Vorurteilen und regelrechten Anforderungen an Frauen und Männer wird hier nicht selten beobachtet (Koenig, 2018). Wie weitreichend die Auswirkungen von Geschlechterstereotypen auf das Verhalten von Frauen und Männern sein können, fassen Steffens und Ebert (2016) zusammen. Wie sie ausführen, „gibt es reichlich Belege dafür, dass Verhalten, Interessen und Fähigkeiten sowohl bei Männern als auch bei Frauen von kulturellen Geschlechterstereotypen geprägt sind und dass sowohl Frauen als auch Männer dazu tendieren, Geschlechterrollenübertretungen zu vermeiden“ (Steffens & Ebert, 2016, S.63).

Gerade die Emotionalität von Frauen und Männern ist im Bezug auf Geschlechter und Geschlechterstereotype immer wieder ein zentrales Thema. Während sich Unterschiede in Bezug auf die Emotionalität in empirischen Studien und Umfragen zeigten, sind diese Ergebnisse im Kontext der internalisierten Stereotypen zu betrachten. Fraglich ist, welche Anteile – wenn überhaupt – geschlechtsspezifisch angeboren und welche ein Ergebnis von Sozialisation sind. Bereits bei Kindern führt Verhalten, das nicht im Einklang mit Geschlechterstereotypen steht, zu negativen Reaktionen der sie

umgebenden Erwachsenen und anderer Kinder, dies gilt vor allem für emotional sensible, schüchterne und als „weich“ wahrgenommene kleine Jungen (Koenig, 2018). So wird das Zeigen von Traurigkeit durch Weinen durch Eltern bei Mädchen mehr unterstützt als bei Jungen. Erwachsene Männer, die in einem emotional expressiveren Elternhaus aufgewachsen waren, berichteten, auch im Erwachsenenalter mehr zu weinen (Shields, MacArthur & McCormick, 2017). Wenn also bereits in der Kindheit vermittelt wird, was von Mädchen und Jungen aufgrund ihres biologischen Geschlechts verlangt wird, ist naheliegend, dass dies nachhaltig das Verhalten und die Einstellungen verändert und „geschlechtskonformes“ Verhalten verinnerlicht und so normalisiert wird: „Like other gender stereotypes, gender-emotion beliefs influence both our emotional self-perceptions and our evaluation of others’ emotion“ (Shields et al., 2017, S.9). Und tatsächlich scheint es im Alltag starke Überzeugungen davon zu geben, wie emotional Frauen und Männer sein sollten. Dies schlägt sich in Kunst, Kultur und alltäglichen Gesprächen immer wieder nieder, was Geschlechterstereotype zu einem besonders interessanten Untersuchungsgegenstand im Bezug auf alltägliche Handlungen und Phänomene macht.

4.3.2 Gibt es geschlechtsspezifische Emotionen?

Die meisten empirischen Untersuchungen von Emotionen arbeiten mit Selbstberichten, einer Methode, die besonders anfällig für den Einfluss von Stereotypen ist (Shields et al., 2017). So zeigte sich, dass die Unterschiede zwischen Frauen und Männern sich in Selbstberichten geringer werden, wenn Momentaufnahmen aktueller und spezifischer emotionaler Erlebnisse festgehalten werden, anstatt allgemein nach Emotionalität zu fragen. In solchen Settings zeigen sich die Unterschiede nur noch in der stärkeren Emotionsintensität bei Frauen. Geschlechterstereotype Emotionsmuster wie stärkere Angst, Traurigkeit und Fröhlichkeit bei Frauen und ihre stärkere Sensibilität für Emotionen wurden nicht berichtet, wenn präziser nachgefragt und die Emotionen im Rahmen des Versuchsaufbaus genau dokumentiert wurden (Barrett et al., 1998). Je allgemeiner also gefragt wird und je größer der zeitliche Abstand zu dem erfragten Erlebnis oder einer Situation ist, desto größer werden die berichteten Geschlechterunterschiede in Bezug auf Emotionen (Robinson, Johnson & Shields, 1998). Hier vermischen sich unbewusst in den Antworten die tatsächlich empfundenen Emotionen mit den

Vorstellungen von Emotionen, die internalisiert wurden (Robinson & Clore, 2002). Weiterhin zu beachten beim Blick auf die Forschungsergebnisse ist das vorliegende Bias im Bezug auf publizierte Studien, die die erwarteten signifikanten Geschlechterunterschiede auch gefunden haben, denn Studien mit nicht signifikanten Ergebnissen werden häufig nicht publiziert (Fischer & LaFrance, 2015).

Mit Blick auf den geplanten Versuchsaufbau wird im folgenden Kapitel zunächst jeweils für die Emotionalität von Frauen und Männern ein Überblick gegeben, im restlichen Kapitel dann ein Fokus auf die negativen Emotionen gesetzt. Dieser Fokus wurde gewählt, da die Themen des verwendeten Stimulusmaterials in allen Studien negativ sein würden – mehr zur Auswahl des Stimulusmaterials und den Abwägungen in dieser Hinsicht folgt in den entsprechenden Kapiteln zu den einzelnen Studien. Weiterhin wird eine Auswahl an Emotionen getroffen, die sich mit Blick auf die Forschungslage als lohnenswert gezeigt haben, weil sie interessante Ergebnisse aufweisen oder besonders stark weiblich oder männlich konnotiert sind. Zudem wird auf Parallelen zu dem für die empirischen Arbeiten gewählten Instrument geachtet. Insgesamt wird sowohl auf das Empfinden als auch den Ausdruck der Emotion eingegangen, da beides in der Forschung Beachtung findet und miteinander in Zusammenhang steht.

Frauen berichten häufig, insgesamt mehr positive Emotionen zu empfinden und diese auch auszudrücken. Außerdem sind besonders Liebe, Freude, Traurigkeit, Angst und Empathie sowie negativ-selbstbezogene Emotionen wie Trauer oder Scham eher weiblich konnotiert. Auch starke positive Emotionen wie Sympathie oder Dankbarkeit stehen wie Liebe in Bezug zu Mitmenschen und entstehen in zwischenmenschlichen Beziehungen (Brandstätter, Schüler, Puca & Lozo, 2013; Brody et al., 2016). Gleichzeitig hat sich allerdings auch gezeigt, dass Frauen allgemein für Reize besonders empfänglich sind, die negative Emotionen auslösen können. Sie reagieren hier schneller und stärker, was auch im Zusammenhang mit höheren Anfälligkeit für psychische Erkrankungen gesehen wird (Fivush & Bruckner, 2000; Yuan et al., 2009).

Männer berichten eine stärkere Intensität und höhere Frequenz in Bezug auf Verachtung, Selbstvertrauen, Aufregung oder Vertrauen. Sie drücken gerade

negative Emotionen wie Ärger oder Wut häufiger stark externalisierend aus, während ihr Ausdruck positiver Emotionen oft eher selbstzentriert ist, beispielsweise bei der Emotion Stolz (Brody et al., 2016; Chaplin, 2015). Sowohl in Selbstberichten als auch bei Beobachtungen zeigen Männer eher eine problemlösende Herangehensweise an emotionale Situationen, sie unterdrücken Emotionen mehr und externalisieren Emotionsregulationsstrategien, sodass sie beispielsweise die Schuld eher bei Mitmenschen suchen, aktiv werden und nach Ablenkung oder Vermeidungsmöglichkeiten suchen - etwa durch Sport.

Grundsätzlich spielt die Situation, in der eine Emotion gezeigt wird, eine große Rolle in Bezug auf die empirisch belegten Geschlechterunterschiede. Frauen zeigen ihre Emotionen insgesamt stärker in sozialen Situationen, indem sie zum Beispiel eine nahestehende Person ins Vertrauen ziehen oder mit ihren Partner*innen über Freud und Leid berichten. Männer hingegen zeigen ihre Emotionen häufiger in eher öffentlichen Situationen oder gegenüber fremden Personen (Brody et al., 2016).

Vor allem Wut ist eine Emotion, die durch starken situativen Bezug auffällt. Wenn generell gefragt wird, wie oft Versuchspersonen in einem bestimmten Kontext Wut empfinden, finden sich keine Geschlechterdifferenzen. Bei Fragen nach der Wutintensität berichten Frauen sogar häufig von stärkeren Empfindungen als Männer, in vielen Untersuchungen ergaben sich aber auch gleich stark berichtete Empfindungen bei beiden Geschlechtern, z.B. bei Birditt und Fingerman (2003). Länger andauernde Wut und deren Folgen, beispielsweise in Form von Kränkung, Enttäuschung oder Scham, berichten Frauen deutlich häufiger. Wut weist häufig dann einen Geschlechterunterschied auf, wenn konkrete Situationen Teil des Versuchsaufbaus sind. In einem solchen Fall zeigen Frauen ihre Wut verstärkt dann, wenn zwischenmenschliche Situationen eine Rolle spielen (Brody et al., 2016; Kring, 2000), allerdings wird dieser Ausdruck oft von der Sorge um die jeweilige Beziehung moderiert (Timmers, Fischer & Manstead, 1998). Für Männer scheint das Geschlecht ihres Gegenübers eine größere Rolle zu spielen, denn sie geben an, ihre Wut eher anderen Männern als Frauen gegenüber auszudrücken (Blier & Blier-Wilson, 1989).

Deng, Chang, Yang, Huo und Zhou (2016) untersuchten in ihrer Studie den Unterschied zwischen der Herzrate als Indikator für physiologische Erregung und dem Emotionsausdruck im Selbstbericht. Sie fanden eine signifi-

kant stärkere Veränderung der Herzrate bei Männern als bei Frauen, die mit ärgerauslösenden Stimuli konfrontiert wurden, was für eine höhere Intensität der Emotionsempfindung spricht. Frauen zeigten zwar im Selbstbericht leicht erhöhte Werte, dieser Unterschied erwies sich allerdings als nicht signifikant. Ähnliches zu einer stärkeren physiologischen Aktivierung der Männer fanden auch Kret und De Gelder (2012).

Wenn Frauen Wut offen äußern, kann das sogar zu außergewöhnlich starken Gegenreaktionen bei ihren Gegenübern führen, da diese starke Emotion häufig als „unangebracht“ für Frauen betrachtet wird, vor allem im beruflichen Kontext (Shields et al., 2017). Hier können Männer durch den Ausdruck von Wut sogar an Status gewinnen, ihnen werden größere Kompetenzen zugeschrieben und ein höheres Gehalt zugesprochen – keiner dieser Vorteile zeigt sich für wütende Frauen im professionellen Kontext. Ihnen wird eher ein Kontrollverlust unterstellt und sie verlieren an Glaubwürdigkeit (Brescoll & Uhlmann, 2008; Salerno & Peter-Hagene, 2015). Diese Einordnung führt dazu, dass Frauen gerade beim Empfinden von Wut die sozialen Bewertungsvorgänge ihrer Umwelt stärker berücksichtigen und eher über die Folgen ihrer Wut für ihre Mitmenschen nachdenken, was einen Einfluss auf den Ausdruck dieser Emotion hat (Evers, Fischer, Rodriguez Mosquera & Manstead, 2005).

Die Geschlechterunterschiede bei Wut zeigen sich bereits früh. In ihrer Metaanalyse zu Emotionsunterschieden in der Kindheit berichteten Chaplin und Aldao (2013), dass Wut zu den Emotionen gehört, die deutlich häufiger von Jungen gezeigt wird als von Mädchen. Wenn Mädchen ihre Wut zum Ausdruck bringen, dann häufig weniger explizit und direkt und deutlich weniger ausgeprägt als Jungen, die in ihren Wutäußerungen direkter und eindeutiger sind (O’Kearney & Dadds, 2004). Wut gehört zu den Emotionen, bei denen bereits von Kindheit an Geschlechterstereotype wirken, indem Jungen eher ermutigt werden, ihrer Wut deutlich nach außen Ausdruck zu verleihen, als es bei Mädchen der Fall ist (Chaplin, 2015). Geschlechterunterschiede in Bezug auf Wut könnten also weniger stark auf tatsächlich unterschiedliche Empfindungen und vielmehr auf gesellschaftlich „anerzogene“ Kontrollmechanismen hinweisen.

In Bezug auf die Emotion, die hier bisher als „Wut“ bezeichnet wird, ist abschließend wichtig zu betonen, dass ein Großteil der zitierten Quellen im

Original Englisch sind. Hier wird von „anger“ gesprochen, was am häufigsten mit Wut übersetzt wird, aber auch Ärger oder Zorn bedeuten kann. Im Deutschen weisen Ärger und Wut allerdings oft eine unterschiedliche Wertigkeit auf.

Eine weitere starke Emotion, bei der geschlechterspezifische Unterschiede belegt wurden, ist Verachtung. Auch hier finden sich die Unterschiede bereits in der Kindheit. Diese Emotion wird ebenso wie Wut bei kleinen Jungen im Ausdruck eher ermuntert als bei kleinen Mädchen (Chaplin, 2015). Da es sich bei Verachtung um eine soziale Emotion handelt, die im Zusammenhang mit der Verletzung von Moral, Hierarchie oder Respekt auftritt, untersuchten Aleman und Swart (2008) die Aktivierung im Gehirn bei Männern und Frauen, die bei Verachtung stattfindet. Die Annahme, dass stärkere Sensibilität die Ursache für die genannten Statusverletzung ist und Männer deshalb bei Verachtung eine verstärkte Hirnaktivierung der relevanten Bereiche für Verachtung aufweisen sollten, bestätigte sich in der Untersuchung. Männer wiesen hier tatsächlich eine deutlich höhere Aktivierung auf als Frauen. Häufig wird Verachtung außerdem in Zusammenhang damit gebracht, dass ein Überlegenheitsgefühl besteht und verletzt wurde, was sich in Zusammenhang mit einem stärkeren Konkurrenzdenken bei Männern sehen lässt, sodass vor allem jüngere Männer, bei denen diese Denkweise noch stärker ausgeprägt ist, diese Emotion häufiger empfinden und ausdrücken (Brody, 1999).

Frauen berichten insgesamt von einem verstärkten Empfinden von Traurigkeit im Vergleich zu Männern (Barrett et al., 1998; Hess et al., 2000). Bereits in der Kindheit äußern Mädchen ihre Traurigkeit insgesamt stärker (Chaplin & Aldao, 2013) und auch verstärkt durch Weinen oder verbalen Ausdruck, während Jungen Traurigkeit ähnlich wie Wut eher durch Aggressionen ausleben und auch insgesamt weniger Traurigkeit berichten (Santiago-Menendez & Campbell, 2013). In Zusammenhang gebracht werden könnte dieser Umstand unter anderem damit, dass Kinder sich bereits früh darüber bewusst sind, wie unterschiedlich Eltern und andere Bezugspersonen auf den Ausdruck von Traurigkeit bei Mädchen und Jungen reagieren und dass Mädchen im Allgemeinen stärker ermutigt werden, offen mit ihrer Traurigkeit umzugehen (Chaplin, 2015; Fivush & Bruckner, 2000). Wie be-

reits im vorigen Kapitel angesprochen wurde, werden aus Stereotypen bereits für Kinder Darbietungsregeln, indem zum Beispiel kleinen Jungen das Weinen verboten wird. Dies vermittelt nicht nur ein Bild davon, dass Tränen an sich „unmännlich“, da weiblich konnotiert sind, sondern auch von geschlechterbezogen „angemessenen“ Emotionen und kontrollierten Ausdrucksweisen (MacArthur & Shields, 2015). Der Einfluss dieser frühen Prägung zieht sich dann durch das gesamte Leben: Im Jugendalter ist beispielsweise empathische Traurigkeit, etwa ausgelöst durch traurige Musik oder das Beobachten einer traurigen Situation bei Mitmenschen bei jungen Frauen stärker ausgeprägt als bei jungen Männern (Stuijtzand et al., 2016). Der Ausdruck von Traurigkeit erfolgt bei weiblichen Kindern und Jugendlichen auch mit deutlich mehr Emotionswörtern und auf komplexere Weise als bei männlichen Gleichaltrigen (O’Kearney & Dadds, 2004). Jugendliche Jungen hingegen unterdrücken Traurigkeit häufiger und lernen, diese zu regulieren, weil Ausdruck von Traurigkeit ihren Status innerhalb der eigenen Peer Group negativ beeinflusst, was bei jugendlichen Mädchen nicht der Fall ist (Perry-Parrish & Zeman, 2011).

Frauen drücken auch bei der Beschreibung persönlicher Erlebnisse mehr Traurigkeit aus (Hess et al., 2000), sie sind weniger geneigt als Männer, Traurigkeit intern zu regulieren und zeigen diese eher explizit in zwischenmenschlichen Beziehungen, während Männer diese Emotion häufig maskieren und somit verstecken (Timmers et al., 1998). Das könnte damit zusammenhängen, dass in professionellen Kontexten wie der Arbeitswelt der Ausdruck von Traurigkeit Männern deutlich zum Nachteil ausgelegt wird – im Gegensatz zu traurigen Frauen. Brescoll und Uhlmann (2008) zeigten, dass traurigen Männern im Arbeitskontext ein deutlich niedrigerer Status zugeschrieben wurde als traurigen Frauen. Außerdem wurden sie als deutlich inkompetenter wahrgenommen. So sorgt Weinen als Ausdruck von Traurigkeit bei Männern für einen niedrigeren Status in der Arbeitswelt (Motro & Ellis, 2017). Es wird insgesamt eher akzeptiert, wenn es aus den vermeintlich richtigen Gründen geschieht: Bei dramatischen Lebensereignissen, im Kontext von Sportereignissen und eher „männlich geprägten“ Bereichen (im beruflichen Kontext etwa bei Feuerwehrmännern) stattfindet. Außerdem ist auch die Art des Weinens von Bedeutung, denn einzelne Tränen oder gar deren Zurückhalten wird bei Männern grundsätzlich etwas positiver bewertet – zumindest, wenn es nicht zu häufig vorkommt (MacArthur & Shields,

2015; MacArthur, 2019).

Wann und wie Männer mit Traurigkeit reagieren, hängt auch vom Geschlecht ihres Gegenübers ab. Wenn sich Männer beispielsweise verletzt fühlen, sind sie bei einer weiblichen Verursacherin eher geneigt, mit Traurigkeit zu reagieren, während männliche Verursacher eher Wut auslösen. Bei Frauen fand sich dagegen kein Unterschied in ihrer Traurigkeit, sie reagierten hier unabhängig vom Geschlecht ihres Interaktionspartners (Blier & Blier-Wilson, 1989; Li, Ashkanasy & Mehmood, 2017). Die Person, der gegenüber die Traurigkeit geäußert wird, spielt hier auch im Jugendalter bereits eine Rolle, wie Aldrich und Tenenbaum (2006) zeigen konnten: In ihrer Untersuchung zu den emotionalen Gesprächsmustern zwischen Jugendlichen und ihren Eltern zeigte sich, dass männliche Jugendliche ihre Traurigkeit gegenüber ihren Vätern häufiger ansprechen als den Müttern gegenüber.

Eine weitere Emotion, bei der Frauen in Selbstberichten angeben, diese stärker zu empfinden, ist Angst beziehungsweise Ängstlichkeit (Barrett et al., 1998; Schienle, Schäfer, Stark, Walter & Vaitl, 2005). Auch hier ist die Übersetzung der Emotion von Bedeutung, weil sowohl *fear* als auch *anxiety* sich aus dem Englischen mit Angst übersetzen lassen. Tendenziell ist *anxiety* allerdings mit Blick auf andere Übersetzungsmöglichkeiten wie Besorgnis oder Ängstlichkeit eine etwas schwächere Emotion, sodass der Fokus der Studien, die zu diesem Thema ausgewertet wurden, auf *fear* liegt.

Frauen bewerten die Intensität der Emotion Angst in ihrem Leben als deutlich stärker als Männer (Fischer, Rodriguez Mosquera, van Vianen & Manstead, 2004). Im Bezug auf Angst finden sich bereits in der Kindheit Unterschiede, denn kleine Mädchen zeigen Angst deutlich häufiger als kleine Jungen (Chaplin & Aldao, 2013). Im Erwachsenenalter verstecken Männer diese Emotion eher, im Gegensatz zu Frauen, die ihre Angst häufiger offen ansprechen (Blier & Blier-Wilson, 1989; Timmers et al., 1998). Frauen berichten außerdem von einer größeren Angst vor Tieren, beispielsweise gefährlichen oder besonders schleimigen Tieren als Männer es tun (Arrindell, 2000). Allerdings stellt sich bei der Emotion Angst besonders deutlich die Frage nach dem Einfluss der Männlichkeitsbilder auf die Antworten der Männer. So konnten Pierce und Kirkpatrick (1992) zeigen, dass Männer deutlich mehr Angst berichteten, wenn ihnen gesagt wurde, dass der Selbstbericht zusätzlich noch mit Messungen der Herzrate ergänzt werden würde, sie also

in Bezug auf ihre Angstintensität nicht lügen können. Bei Frauen fanden sich hier keine Unterschiede in der berichteten Angstintensität zwischen den Selbstberichten mit und ohne vermeintliche Messung der Herzrate.

4.3.3 Sind Frauen und Männer unterschiedlich stark empfänglich für Emotionen?

Mit Blick auf das Thema der vorliegenden Arbeit ist die Frage nach der Empfänglichkeit für Emotionen im Allgemeinen besonders interessant, weil sie sich sehr gut auf die Lesesituation übertragen lässt. Doch sowohl bei der allgemeinen Empfindsamkeit für Emotionen als auch in der Lesesituation ist nicht nur die tatsächliche Empfänglichkeit für Emotionen relevant, es sind auch die Selbstbilder und somit hier auch wieder die Stereotype, die einen Einfluss haben können.

Die Vorstellung, Männer seien insgesamt nicht empfänglich für Emotionen und diese Eigenschaft mache essenziell einen Teil des „Mannseins“ aus wird in der Unterhaltungsindustrie und in der Popkultur oft verbreitet. Tatsächlich scheint es so, dass eine „normative masculine restrictive emotionality“ (Chaplin, 2015, S.427) vorherrscht, also auch hier eine normative Komponente Teil des allgemeinen Männlichkeitsbildes wurde. Diese wirkt hier als Gegenpol zu der sensitiv-emotionalen Weiblichkeit. Doch wieviel von dieser Sichtweise trifft tatsächlich zu?

Wenn es um das Bemerken, Verstehen und Bewältigen von Emotionen geht, aber auch darum, die eigenen Gedanken durch Emotionen zu befördern, verfügen Frauen über bessere Kompetenzen in allen genannten Gebieten. Ähnliche Ergebnisse zeigen sich, wenn die Aufmerksamkeit den eigenen Emotionen gegenüber untersucht wurde: Frauen sind aufmerksamer, bewusster und intensiver im Umgang mit ihren Gefühlen. Auch ist ihr Wissen in Bezug auf Emotionen größer, sodass sie emotionale Reaktionen auf hypothetische Situationen schneller und präziser einschätzen können, während Männer hier zusätzliche Zeit und Motivation benötigen (Brody & Hall, 2008).

Fischer, Kret und Broekens (2018) untersuchten die sogenannte „Emotional Sensitivity Hypothesis“, also die Annahme, dass Frauen allgemein sensibler für Emotionen sind, anhand menschlicher und nicht-menschlicher Gesichter sowie verschiedener Emotionsintensitäten und fanden keine Geschlechterunterschiede. Männer und Frauen zeigten sich in dieser Studie gleichermaßen begabt zur Emotionserkennung, obwohl Männer zuvor in einer Selbstein-

schätzung angegeben hatten, sich für weniger „emotional intelligent“ zu halten. Männer schätzten sich selbst also schlechter und weniger kompetent ein als Frauen, zeigten dann aber keine schlechtere Leistung. Andere Studien hingegen fanden dahingehend Unterschiede in der Sensibilität zur Erkennung von Emotionen, dass Frauen insgesamt bessere Leistungen brachten: Montagne, Kessels, Frigerio, de Haan und Perrett (2005), die die Emotionserkennung in Gesichtern, deren Ausdruck sich langsam von neutral bis hin zu einer bestimmten Emotion veränderten beobachteten deutlich besser Leistungen der Frauen. In einem ähnlichen Aufbau fanden Domes et al. (2010) eine verstärkte Aktivierung der Amygdala bei Frauen gegenüber Männern in Reaktionen auf Bilder, die verschiedene Emotionsintensitäten darstellen. Kemp, Silberstein, Armstrong und Nathan (2004) fanden mit elektrophysiologischen Messungen eine stärkere Aktivierung bei Frauen, allerdings nur für negative Stimuli. (Proverbio, Adorni, Zani & Trestianu, 2009) fanden vor allem Geschlechterunterschiede, wenn Videos mit Menschen als Stimulusmaterial verwendet wurden, und zwar in den Bereichen, die die Autoren mit Empathie, also „human perception of the emotional states of others“ (Proverbio et al., 2009, S.2385) in Zusammenhang bringen, Frauen zeigten hier eine stärkere Reaktivität. Diese verstärkte Reaktivität zeigt sich auch in der stärkeren Gesichtsmuskelaktivität von Frauen bei emotionsauslösenden Stimuli (Bradley, Codispoti, Sabatinelli & Lang, 2001).

In verschiedenen Bereichen belegten Studien also, dass Frauen insgesamt eine erhöhte Sensibilität für Emotionen aufweisen. Um diesen Faktor in der aktuellen Untersuchung zu berücksichtigen, ist der Blick auf die Ergriffenheit von Frauen und Männern in Reaktion auf das präsentierte Textmaterial besonders interessant.

5 Emotionen beim Lesen

Schon lange, bevor es für die meisten Menschen denkbar schien, dass sie mit ihrem Smartphone einmal ein kleines Gerät zur permanenten Nutzung verschiedener Medieninhalte und Textarten immer in der Tasche haben könnten, wurde die Wirkung der Medien allgemein und des Lesens im Speziellen erforscht. Bei der Forschung stehen zwar nicht immer die Emotionen im Mittelpunkt, doch sie werden häufig als wesentlicher Bestandteil der Reaktion gesehen. Zudem lassen sich auch Modelle, die die Emotionen nicht explizit mit einbeziehen gut so interpretieren, dass Emotionen als Elemente berücksichtigt werden können und müssen, denn bei fast allen Textarten gehören sie zentral zu den Funktionen eines Textes dazu. Thomas Anz beschreibt Texte als „Artefakte, deren künstliche beziehungsweise künstlerische Machart darauf angelegt ist, beim wahrnehmenden Subjekt bestimmte Emotionen hervorzurufen, und denen sich der Wahrnehmende willentlich aussetzt oder entzieht“ (Anz, 2012, S.156). Diese Artefakte lassen sich auch als Attrappen bezeichnen, die an dieselben Emotionsmuster oder -schemata anknüpfen wie alltägliche Emotionen, sofern ihre Übereinstimmung mit dem Reiz, der für gewöhnlich diese alltägliche Emotion auslöst, groß genug ist. Diese Ähnlichkeit ist innerhalb der verschiedenen Textarten sicherlich ganz unterschiedlich gestaltet, allerdings sind die emotionsauslösenden Reize im Vergleich mit dem realen Leben immer vereinfacht (Mellmann, 2012). Wichtig ist außerdem, dass Emotionen in Texten aller Art ja selten zum Selbstzweck eingebaut werden, denn nur die wenigsten Texte werden wirklich *nur* wegen ihres emotionalen Potenzials verfasst. Meist bezwecken Schreibende noch etwas anderes mit ihren Texten: „Emotionen sind [...] in direktem Zusammenhang mit den vier Hauptfunktionen zu sehen, die man gemeinhin Medieninhalten zuschreibt: Aufmerksamkeitserregung, Information, Persuasion und Unterhaltung“ (Früh & Fahr, 2006, S.25). Um die vielschichtigen

Wirkmechanismen zu beleuchten, wird im folgenden Kapitel ein Modell vorgestellt, das die Vorgänge bei der Beschäftigung mit Medien beschreibt und dabei verschiedene Aspekte berücksichtigt.

5.1 Das dynamisch-transaktionale Modell der Medienwirkung

Das dynamisch-transaktionale Modell wurde ursprünglich von Werner Früh und Klaus Schönbach formuliert und beschreibt die Wirkungen von Medieninhalten, wozu auch Emotionen in Verbindung mit dem Lesen gezählt werden können. Es wird davon ausgegangen, dass jegliche Form von Medienwirkung immer eine Interaktion zwischen dem Medium und der Person, die sich damit beschäftigt darstellt (Früh & Schönbach, 2005). Es wird also nicht einseitig angenommen, dass Medien eine bestimmte Wirkung auf passive Nutzende haben, vielmehr beschreiben die Autoren die Medienwirkung als einen von einer Vielzahl an Faktoren beeinflussten Prozess, denn „dieselbe Information ist für verschiedene Interpreten und zu verschiedenen Zeiten nicht dieselbe“ (Früh & Becker, 1991, S.28). Allerdings wird auch nicht umgekehrt davon ausgegangen, dass Rezipierende die Wirkung durch ihre aktive Wahl des Mediums und ihren individuellen Fokus allein erzeugen. Beide Parteien werden in diesem Modell gleichermaßen als aktiv und passiv gesehen: Das Medium, der Kommunikator also ist aktiv in seiner Eigenschaft als aus bewusst gewählten Elementen zusammengesetztes und an bestimmte Eigenschaften der Nutzenden appellierendes Konstrukt. Gleichzeitig ist es aber auch passiv an die Rahmenbedingungen seiner jeweiligen Veröffentlichungsform gebunden, wenn es seine Wirkung entfalten will (Früh & Becker, 1991).

Die Rezipierenden wählen aktiv aus, was sie wie lange betrachten möchten und setzen die verschiedenen genutzten Medien und Informationen individuell in Beziehung zueinander. Gleichzeitig werden sie aber auch passiv mit Medieninhalten konfrontiert, mit denen sie in ihrem Alltag in Kontakt kommen – und zwar nicht immer freiwillig. Als passiv lässt sich außerdem die Einschränkung der Wahlfreiheit durch die zur Verfügung stehenden Medienangebote beschreiben (Früh & Becker, 1991).

Der Verlauf von Medienwirkungen wird im Rahmen des dynamisch-transak-

tionalen Ansatzes in drei Phasen beschrieben. In der ersten dieser Phasen sprechen äußere Reize zunächst die Rezipierenden an und ziehen ihre Aufmerksamkeit auf sich, sodass sich das Interesse an Informationen erhöht - zumindest, sofern die subjektiv bereits vorhandenen Kenntnisse individuell nicht bereits als ausreichend empfunden werden (Früh & Becker, 1991). Besteht der Bedarf nach mehr Beschäftigung mit einem Medium, wird die zweite Phase eingeläutet, in der es zu einer intensiveren Beschäftigung kommt, weil einerseits die Nutzenden eben daran interessiert sind, andererseits das Medium dieses Interesse befriedigen kann. Es ist durchaus möglich, dass die Beschäftigung mit anderen Medien zum einem bestimmten Thema angestoßen wird, denn das Modell ist nicht strikt auf die Wirkung etwa eines bestimmten Textes oder Fernsehbeitrags begrenzt, es finden Transaktionen zwischen verschiedenen Faktoren auf beiden Seiten statt.

In der dritten Phase schließlich führt die verstärkte Beschäftigung mit den Medieninhalten entweder zu einem Abschluss der Beschäftigung, wenn das in der ersten Phase entstandene Interesse befriedigt wurde, oder die vertiefte Beschäftigung führt zu einer neuen Ebene an Medieninteraktion, indem „nunmehr eine andere *Qualität* von Informationen gesucht wird: Ursachen, Hintergründe, mögliche Konsequenzen"(Früh & Becker, 1991, S.36).

In jeder Phase können zusätzliche Informationen von außen, also durch Mitmenschen oder andere Medien hinzukommen und somit die Situation grundlegend beeinflussen, zudem verändert sich die rezipierende Person durch die Transaktionen mit Eigenschaften des Mediums dahingehend, dass ihr Wissenshorizont und ihr Interesse im Verlauf durch diese verschiedenen Faktoren verändert werden. So hat sich nach dem Durchlaufen dieser drei Phasen die Ausgangslage für weitere Medienkontakte grundlegend verändert, da die gesammelten Erfahrungen für weitere Kontakte mit Medieninhalten als Grundlage dienen können (Früh & Becker, 1991).

Seit der Formulierung des dynamisch-transaktionalen Modells und des auf dessen Basis entstandenen Ansatzes hat sich die Medienlandschaft stark verändert: Durch das Internet sind zahlreiche neue Möglichkeiten für Medienschaffende entstanden, Menschen zu erreichen, ebenso wie Rezipierende eben viele weitere Möglichkeiten des Medienkonsums haben.

Dennoch lassen sich diese veränderten Möglichkeiten problemlos in das dyna-

misch-transaktionale Modell übertragen: Nutzende sind hier einerseits aktiver, weil sie in der modernen Medienlandschaft mehr Auswahlmöglichkeiten haben. Allein schon die Medienangebote im Bezug auf verschiedene Textarten im Internet scheinen endlos. Es ist auch längst nicht mehr ungewöhnlich, dass Rezipierende sich aktiv über Streamingportale und Angebote auf Webseiten mit Medieninhalten versorgen, die ihnen in ihrer näheren Umgebung nicht zur Verfügung stehen. Das kann in Form von fremdsprachigen Nachrichteninhalten sein oder durch den Download von eBooks aus dem Ausland, von Privatpersonen oder Indie-Verlagen, die nicht überall vertreten sind. Andererseits sind Nutzende im Internet aber oft auch passiver, weil sie häufiger mit nicht selbstgewählten Medieninhalten konfrontiert werden – beispielsweise durch Elemente in sozialen Medien, die durch Algorithmen für einen bestimmten Nutzendenkreis ausgewählt werden oder durch eingblendete Werbung. Ebenso verhält es sich auf Medienseite: Die Möglichkeiten, Nutzende aktiv zu erreichen, haben sich erhöht, gleichzeitig liegt hier ein neuer Faktor der Passivität vor, weil sich im Internet nicht immer planen und vorhersagen lässt, was wirklich erfolgreich verbreitet werden wird (Neuberger & Kapern, 2013).

Auch die Ebenen des Modells sind problemlos auf die gewandelte Medienlandschaft übertragbar. Unterschiede finden sich in der ersten Ebene hauptsächlich in der Art und Weise, wie Rezipierende initial mit Themen und Medien konfrontiert werden, hier haben RSS-Feeds, Abonnements, Newsletter oder Liveticker neue Möglichkeiten eröffnet. In den anderen beiden Ebenen haben sich zusätzliche Möglichkeiten ergeben, weitere Informationen zu sammeln und in Kontakt mit Mitmenschen in Bezug auf diese Inhalte zu kommen. Kommentarspalten unter Online-Zeitungsbeiträgen oder Diskussionsabläufe in sozialen Medien sind hier gute Beispiele für direktere Kontaktmöglichkeiten, während Verlinkungen und Querverweise ein Beispiel für die erweiterte Informationssammlung darstellen.

Insgesamt ist das Modell also gut geeignet, sowohl traditionellere Lesewege wie Bücher und Zeitungen als auch modernes Lesen auf elektronischem Wege, sei es per eReader oder auf dem Smartphone, abzubilden und das Verhältnis zwischen Text und Lesenden zu beschreiben und greifbar zu machen.

Es scheint, als setze dieses komplexe Modell seinen Hauptfokus auf die In-

formationsvermittlung durch Medien und nicht auf die emotionale Wirkung. Allerdings betonen die Autoren ausdrücklich, dass das nicht der Fall ist:

„Obwohl bei sogenannten Informationsangeboten die kognitive Seite klar betont ist, läßt sich dennoch ohne affektive, „unterhaltsame“ bzw. motivierende Stimulation kaum optimal informieren.“ (Früh & Becker, 1991)

Zudem stehen Information und Emotion nicht im Gegensatz zueinander, vielmehr werden Emotionen im Rahmen der vorliegenden Arbeit als selbstverständliche Begleiterscheinung und elementarer Einflussfaktor bei der Informationsbeschaffung und Beschäftigung mit Medieninhalten unterschiedlichster Form betrachtet. Emotionen können Faktoren sein, die innerhalb des komplexen Modells Veränderungen verursachen können, indem Sie beispielsweise Tendenzen innerhalb der Auswahlprozesse verursachen oder unbewusst den Fokus der rezipierenden Person in eine bestimmte Richtung beeinflussen. So kann zum Beispiel „eine affektiv ansprechende Textgestaltung die Leser animieren, mehr Rezeptionsenergien aufzuwenden“ (Früh & Becker, 1991, S.137).

Gerade der Umstand, dass innerhalb des dynamisch-transaktionalen Modells nicht einseitige Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge zwischen verschiedenen Variablen beschrieben werden sollen, sondern „die Funktion der Variablen permanent wechseln“ (Früh & Becker, 1991) kann, macht dieses Modell für die Beschreibung und Analyse von Emotionen im Zusammenhang mit Medienkonsum im Rahmen der vorliegenden Arbeit so interessant. Emotionen sind sehr individuell und lassen sich oft nicht sehr präzise als Variable mit vorhersagbarer Ursache und Wirkung beschreiben, denn es kann zu Transaktionen zwischen Emotionen und Eigenschaften von Medium und Rezipierendem ebenso kommen wie zwischen Emotionen und kognitiven Vorgängen wie dem Wissensabruf (Früh & Becker, 1991). Sie also als Faktor innerhalb des komplexen Ablauf des Lesens zu betrachten ist hilfreich bei dem Versuch, Einflussfaktoren zu lokalisieren und die wechselseitigen Beeinflussungen im Zusammenhang mit emotionalen Reaktionen aufzudecken. Außerdem wird hier auch noch einmal deutlich, warum Emotionen im Zusammenhang mit verschiedenen Textarten ein sehr wichtiges Thema sind – gerade in Zeiten der starken Polarisierung und Instrumentalisierung von Texten für die jeweilige (politische) Agenda: Emotionen binden Menschen an Texte oder stoßen

sie ab, sie sind vermutlich einer der wichtigsten Indikatoren dafür, ob und wie weit sich Menschen weiterhin mit einem Text beschäftigen. Das kann bei literarischen Texten oder Sachtexten einen Einfluss auf die persönliche Weiterbildung, Entwicklung oder den Wissenserwerb haben, kann aber gerade mit Blick auf die „jüngeren“ Textarten im Internet auch darüber entscheiden, ob sich jemand überhaupt weiterhin mit Informationen oder Gedanken aus einer bestimmten „Ecke“ beschäftigt – etwa, indem jemand über ein bestimmtes Social Media-Posting verärgert ist und deshalb der verfassenden Person „entfolgt“, sie „entfreundet“ oder sogar „blockiert“. Im entsprechenden Kapitel zur Emotionalisierung in verschiedenen Textarten wird darauf näher eingegangen.

5.2 Emotionalisierung und Emotionspotenzial in Texten

Emotionen als Reaktion auf Lesen im Allgemeinen werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln untersucht. Zunächst als Eigenschaft der Medien selbst, dann als Vorgang auf der Seite der Lesenden und schließlich als Kriterium der Lesenden zur Auswahl der präferierten Medien (Früh & Fahr, 2006). Von diesen Elementen ist für diese Arbeit der Blick auf den Text besonders relevant, um hier eine systematische Möglichkeit zu finden, Texte nach ihrem emotionalen Gehalt und ihrem Emotionspotenzial eingrenzen und als Stimulusmaterial auswählen zu können. Das ist notwendig, um Vorhersagen und Hypothesen erstellen zu können, wie stark emotionalisiert welcher der Texte letztendlich wirken wird. Der Blick auf das, was in den Lesenden vorgeht und welche Emotionen in welchem Ausmaß ausgelöst werden, ermöglicht dann die empirische Untersuchung.

Emotionalisierung ist ein Prozess, der die Gestaltung des Emotionspotenzials in einem Text beinhaltet und „betrifft aus Produzentensicht die gezielte Aktivierung von bestimmten Gefühlswerten beim Leser“ (Schwarz-Friesel, 2007, S.214). Emotionalisierungsstrategien können bewusst oder unbewusst eingesetzt werden und sie finden sich in allen Formen von Medien, also beispielweise auch in Filmen oder auf Plakaten. In der Folge wird allerdings nur auf die textbezogenen Strategien und Möglichkeiten eingegangen. Außer Acht gelassen werden außerdem grafisch-designtechnische Elemente wie Ty-

pographie, die ebenfalls Emotionen auslösen können. Für diese Arbeit sind diese Elemente nicht relevant, daher wird lediglich die Emotionalisierung durch Eigenschaften des Textes selbst, nicht seine optische Aufarbeitung thematisiert.

Viele dieser Emotionalisierungsstrategien sind zumindest innerhalb einer Kultur universell und sprechen einen Großteil der Menschen an. Dennoch gibt es auch innerkulturelle Unterschiede zwischen den emotionalen Reaktionen. Zudem gibt es individuelle Unterschiede, weil jede Einzelperson mit ihrem eigenen Erfahrungsschatz an einen Text herangeht, andererseits bestehen aber auch Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen oder Menschen mit spezifischen Eigenschaften. So wird beispielsweise die kurze Beschreibung einer nächtlich-dunklen, einsamen Straße in einer fremden Stadt vermutlich vielen Frauen auf Anhieb gefährlicher vorkommen als Männern (Mellmann, 2006). Ebenso können gewisse Einstellungen oder Gewohnheiten dazu führen, dass Menschen emotionaler auf bestimmte Texte reagieren als auf andere. Wenn also jemand eine bestimmte Zielgruppe ansprechen möchte, „kann er die Wirkungschancen seiner Botschaften gezielt manipulieren, indem er die Rezeptionsbedingungen bzw. -gewohnheiten des Publikums antizipiert“ (Früh & Becker, 1991, S.32).

Um über das Ausmaß der Emotionalisierung eines Textes Aussagen machen zu können, ist ein Blick auf dessen Emotionspotenzial wichtig, denn beide Begriffe werden in der vorliegenden Arbeit nach Schwarz-Friesel (2007) verwendet und abgegrenzt. Sie sieht das Emotionspotenzial eines Textes als „etwas im Text, in seiner Informationsstruktur Verankertes, und als solches als inhärente Eigenschaft des Textes“ (Schwarz-Friesel, 2007, S.214), während der Prozess der Emotionalisierung zwischen Text und Lesenden ausgelöst wird und daher empirisch untersucht werden muss.

Tilman Habermas bietet einen Ansatzpunkt, um den weitläufigen Themenkomplex der Emotionen in Bezug auf Texte systematisch einzugrenzen. Er unterscheidet drei Arten „narrativer Emotionen“, wie er sie nennt. *Narrative interaktionale Emotionen* haben damit zu tun, wie Akteure im Text bewertet werden, zum Beispiel Romanfiguren, mit denen sich Lesende identifizieren können – oder eben nicht. Diese Emotionen können sich auch auf die Figur des Erzählers oder des Autors beziehungsweise der Autorin beziehen, sofern Lesende im Rahmen des Leseprozesses hier Rückschlüsse ziehen. *Narrative*

ästhetische Emotionen hingegen hängen mit der Erzählung selbst zusammen, beispielsweise damit, wie Lesende die Qualität des Textes bewerten und ob sie ihnen gefällt oder nicht. Die dritte Art der Emotionen, die Habermas unterscheidet sind *narrative autobiographische Emotionen*. Mit diesen ist die persönliche Betroffenheit gemeint, die entsteht, wenn persönliche, emotionsbezogene Erinnerungen durch den Text angesprochen werden (Habermas, 2012). Um emotionale Bewegung bei Lesenden auszulösen, müssen Texte jeglichen Genres sie ansprechen, es muss Gemeinsamkeiten geben zwischen ihrem Geschmack, ihrem Interesse und ihrer Persönlichkeit. Wenn keinerlei Berührungspunkte zwischen beiden bestehen, ist es sehr wahrscheinlich, dass die emotionale Bewegung durch den Text relativ gering ausfällt (Walton, 1990). In Bezug auf das dynamisch-transaktionale Modell könnte in einem solchen Fall bereits in der ersten Phase die Interaktion zwischen Text und lesender Person gescheitert sein, sodass die Beschäftigung mit dem Text beendet wird.

Betrachtet man die Eigenschaften des Textes selbst, also das, was Habermas als *narrative ästhetische Emotionen* bezeichnet, sind zwei Grundformen an Emotionen zu unterscheiden: *Thematisierte Emotionen*, die explizit angesprochen werden und *präsentierte Emotionen*, die durch verschiedene Methoden im Text vermittelt werden, ohne beim Namen genannt zu werden (Winko, 2003a). Der Kategorie der thematisierten Emotionen lassen sich auch die klassischen Emotions- oder Gefühlswörter zuordnen, die schon in den 1980er Jahren in verschiedenen Aufsätzen, beispielsweise von Schmidt-Atzert und Ströhm (1983) oder von Mees (1985) vorgestellt wurden. Es handelt sich hierbei um Wörter, die explizit Emotionen benennen und formulieren und die für sich genommen schon emotionalen Gehalt haben.

Bezogen auf das im vorigen Kapitel vorgestellte dynamisch-transaktionale Modell sprechen diese Emotionswörter und Emotionen an der Textoberfläche die Lesenden stark in der ersten Phase des sich entwickelnden Interesses an, denn stark emotional aufgeladene Begriffe fallen auf – aus diesem Grund werden sie häufig in Überschriften eingesetzt. Sie sollen das Interesse wecken und die Lesenden in die nächste Phase „hinüberziehen“. Weiterhin können diese Emotionen die Lesenden „an den Text binden“, indem Sie den Text interessant machen, das Lesen angenehm gestalten und so dafür sorgen, dass weitergelesen wird und Lesende so auch die zweite Phase der intensiveren

Beschäftigung erreichen.

Die Textoberfläche kann außerdem Emotionen auslösen, indem Leser oder Leserinnen die gelungene Zusammenstellung der Worte oder die Schönheit von Formulierungen bewundern. Oft kommt diese Form der Emotionalisierungen in Gedichten vor, wo bestimmte Reime oder auch die Verwendung von Versmaßen so emotional stimulierend wirken können, dass selbst über grammatikalische oder inhaltliche Fehler hinweggesehen wird (Hiergeist, 2014; Johnson-Laird & Oatley, 2016). Da diese Form der Emotionalisierung häufig am deutlichsten und am schnellsten zu erkennen ist, wird hier am ehesten die erste Phase des dynamisch-transaktionalen Modells angesprochen: Ein Blick auf den Text kann hier Interesse wecken und eine weitere Beschäftigung mit dem Thema anregen, weil die Textoberfläche in den Augen der lesenden Person *schön* gestaltet ist und deshalb ansprechend wirkt. Gegenteilige Wirkungen sind allerdings auch vorstellbar: Die ästhetische, aber vielleicht nicht unbedingt korrekte Form könnte das Interesse potenzieller Leser*innen eindämmen oder sie dazu bringen, dieses Interesse mithilfe eines anderen Textes zu befriedigen, der ihren Ansprüchen und Vorstellungen eher entspricht.

Durch bestimmte Texteigenschaften lassen sich auch über die Textoberfläche und den Einsatz von Emotionswörtern hinaus Emotionen auslösen, beispielsweise durch jene charakteristischen sprachlichen Inhalte mit emotionalem Gehalt, die einen Text emotional ansprechender erscheinen lassen. Oft finden sich hier Stilmittel wie Metaphern und Metonymien oder onomatopoeische Elemente, die einerseits kognitiv verarbeitet werden, andererseits aber auch an emotionale Erfahrung eines Lesers oder einer Leserin anknüpfen und sie so emotional bewegen können (Mellmann, 2006; Hiergeist, 2014). Außerdem lässt sich durch die Textgestaltung auch das Tempo einer Erzählung bestimmen und so beispielsweise Eile oder ein Gefühl von Gehetztsein auslösen, wenn beispielsweise Elemente nur besonders kurz genannt werden, um darauffolgende besonders auszugestalten. Die kurz gehaltenen Elemente laden Lesende dann zum schnelleren Lesen ein. Eine weitere Möglichkeit ist die Gestaltung des Textes, in dem „Sprechen in höchster Aufregung, also ein menschlicher Emotionsausdruck nachgeahmt“ (Mellmann, 2006, S.55) wird.

Neben den verschiedenen Texteigenschaften bildet die inhaltliche Struktur des Textes eine mögliche Ebene, auf der Emotionalisierung stattfinden kann. Hier ist allerdings wichtig, dass keine strikte Trennung zwischen Textoberfläche und inhaltlicher Gestaltung möglich ist, denn viele inhaltliche Elemente finden sich an der Textoberfläche, gehen aber „in die Tiefe“ und spielen auch inhaltlich eine Rolle.

Für die Auslösung von Emotionen auf inhaltlicher Ebene spielt beispielsweise die Menge an Informationen, die zu einem bestimmten Sachverhalt, eine Person oder Situation gegeben werden, eine zentrale Rolle. Wenn in einem Zeitungsartikel beispielsweise viele private Informationen über das Opfer einer Gewalttat gegeben werden, kann das eine besondere persönliche Betroffenheit auslösen. Ebenso gehören alltägliche „Erlebnismuster“ dazu, die mit bestimmten Emotionen verknüpft sind. So kann eine nur knapp beschriebene Situation in aller Kürze dennoch eine traurige, gefährliche oder fröhliche Wirkung entfalten. Hier ist nicht die Wortmenge entscheidend, sondern die Schemata, die im Kopf der Lesenden ausgelöst werden (Johnson-Laird & Oatley, 2016). Auch der Einsatz von prototypischen Situationen, die kulturell besonders mit Emotionen verknüpft sind, findet oft statt. Hier reichen ebenfalls oft wenige Worte, um ein emotionales Szenario aufzubauen, etwa die Nennung eines Trauerzuges bei einer Beerdigung. Lesende innerhalb des entsprechenden Kulturkreises wissen hier sofort, was gemeint ist und welches Verhalten zum Beispiel von Protagonist*innen der Erzählung zu erwarten wäre (Winko, 2003b). In einer solchen Situation könnte nicht erwartungskonformes Verhalten Emotionen wie Irritation oder Frustration auslösen. Manchmal reichen hier sogar bereits einzelne Wörter wie „Mama“, um eine ganze Reihe an emotionalen Konnotationen und persönlichen Bezügen auszulösen und so starke emotionale Beteiligung bei Lesenden zu erreichen (Mellmann, 2006).

Auch im Bereich der inhaltlich ausgelösten Emotionen lässt sich ein Bezug zu dem dynamisch-transaktionalen Modell herstellen, und zwar hauptsächlich in Phasen zwei und drei. In der zweiten Stufe, der näheren Beschäftigung durch gewachsenes Interesse kann die inhaltliche Struktur des Textes nämlich so gestaltet sein, dass die für die lesende Person interessanten und relevanten Inhalte hinreichend Raum bekommen, sodass die Beschäftigung mit dem Text zur Befriedigung des Interesses beiträgt. In der dritten Stufe befindet sich nach Früh und Schönbach (2005) entweder der Abschluss der

Beschäftigung mit dem Thema, weil das Interesse befriedigt wurde, oder eine weitere Suche nach Informationen. Hier kann die Textgestaltung in beide Richtungen einflussnehmend wirken: Der Text kann so gestaltet sein, dass bei den Lesenden der Eindruck entsteht, alle wesentlichen Informationen erhalten zu haben, weil die Gewichtung der Informationen zum eigenen Interesse passt oder „Erlebnismuster“ aus dem eigenen Leben angesprochen wurden. Der Text kann aber auch so gestaltet sein, dass sich für die lesende Person noch „Leerstellen“ ergeben, die das Interesse steigern und die Suche nach weiteren Informationen anstoßen.

Die Kombination aus Emotionen und Lesen wird zumeist in erster Linie mit literarischem Lesen in Verbindung gebracht, denn Romane und Gedichte werden häufig zum Vergnügen gelesen. Mit verschiedenen literarischen Genres sind jeweils unterschiedliche emotionale Niveaus verbunden, sodass zu Beginn des Lesens eine Erwartungshaltung besteht (Eichinger, 2014). Diese unterschiedlichen Erwartungen liegen allerdings für nicht nur für literarische Texte vor, sondern für alle Textarten, sodass es wichtig ist, emotionale Reaktionen auf verschiedene Textarten einzeln zu betrachten. Dabei wird in der Folge nur auf die in der vorliegenden Arbeit verwendeten Textarten eingegangen, die Reihe ließe sich jedoch im Prinzip beliebig mit unterschiedlichen Textarten fortsetzen.

5.2.1 Emotionen als Reaktion auf literarische Texte

Literarisches Lesen gehört zum Alltag, sodass eine Besonderheit in Bezug auf Emotionen den meisten Lesenden nicht mehr auffällt: Hier werden häufig „echte“ Emotionen als Reaktion auf zumeist fiktionale Welten und Geschehnisse ausgelöst. Grundsätzlich besteht ein gesellschaftlicher Konsens darüber, dass Aussagen in einem fiktionalen Text zwar innerhalb des Textes als wahr gelten (von Fällen mit unzuverlässigen Erzählern einmal abgesehen), dies in der realen Welt allerdings nicht unbedingt sein müssen. So können Aussagen über Aliens in ihren Raumschiffen in einem bestimmten literarischen Werk sinnvoll eingebunden sein und in der fiktionalen Welt als Tatsache gelten, das bedeutet aber nun eben nicht, dass eben diese Aliens tatsächlich existieren. Wie verhält es sich nun mit Emotionen in fiktionalen Texten? Wenn die Trauer, Wut oder Liebe in einem literarischen Text auch fiktional ist, wäre es streng rational betrachtet nur logisch, dass Lesende die-

se nicht empfinden, da sie um den fiktiven Charakter der Emotionen wissen? Vendrell Ferran (2014) stellt die drei Prämissen des *Paradoxons der Fiktion* (= paradox of fiction) zusammen:

- Lesende erleben Emotionen in Bezug auf fiktionale Figuren und Inhalte in dem Wissen um die Fiktionalität
- Im Grunde setzen Emotionen voraus, dass Empfindende von der Existenz des Objektes der Emotion überzeugt
- Wer um die Fiktionalität weiß, ist nicht davon überzeugt, dass die fiktionalen Objekte real existieren

In jüngeren Arbeiten zu diesem Thema wurde die zweite Prämisse widerlegt und durch eine grundsätzlich andere Gefühlsdefinition wird das Konzept des Paradoxons der Fiktion heute wesentlich weniger paradox eingeschätzt als zu seinen Anfangszeiten (Vendrell Ferran, 2014). Zusammengefasst lässt sich das Paradoxon der Fiktion so wiedergeben, dass Lesende gewissermaßen wider besseres Wissen und wider alle Rationalität emotional auf die in - nicht nur, aber auch - fiktionalen literarischen Texten vorkommenden Emotionen reagieren. Dieser Umstand wirft die Frage auf, ob es sich bei den beim Lesen empfundenen Emotionen tatsächlich um „wirkliche“ Emotionen handelt, oder ob hier eine Art emotionaler Sonderform vorliegt. In Bezug auf diese Frage wird in der Forschung schließlich der Konsens gefunden, dass Emotionen, da sie bestimmten Reaktionsmustern folgen, nicht in jeder Situation ad hoc verändert werden können. So, wie Menschen trotz einer festen und sicheren Glasplattform unter ihren Füßen Höhenangst empfinden können, reagieren sie auch emotional auf fiktionale Texte. Selbst dann, wenn sie wissen, dass die Figuren und Taten nicht real sind (Vendrell Ferran, 2014). Gewissermaßen kann Literatur so als eine Art Attrappe funktionieren, die entsprechend emotionale Reaktionen auslöst, weil sie die Emotionsschemata enthält und so Emotionen evoziert (Mellmann, 2006).

Fest steht: Lesende genießen oft die emotionale Bewegung, die durch die Texte ausgelöst wird, sodass gerade diese Bewegung oft den Zweck des Lesens ausmacht und Lektüre häufig sogar nach ihrem erwarteten emotionalen Gehalt ausgewählt wird (Nell, 1988).

5.2.2 Emotionen als Reaktion auf journalistische Texte

„Die Präsentation realer Geschehnisse in den Medien dürfte eine andere Form des emotionalen Erlebens hervorrufen als fiktionale Sendungen. Das Wissen um die Fiktionalität - was bei Erwachsenen Rezipienten vorhanden ist - erlaubt eine andere Rezeptionshaltung als bei Nachrichten.“ (Schlimbach, 2009, S.33)

Wenn Menschen Berichterstattung in journalistischen Texten lesen, gehen sie also zumeist davon aus, dass das Gelesene wahr ist – das muss in den verschiedenen Formen journalistischen Textmaterials zwar nicht immer der Fall sein, doch die Erwartungshaltung ist hier anders als bei literarischen Texten. Viele Medienhäuser nehmen „das journalistische Rollenselbstverständnis oder Journalismusfunktionen wie Orientierung, Information, Kritik und Unterhaltung als Ausgangspunkt“ (Arnold, 2013, S.45) ihres journalistischen Arbeitens und erfüllen somit einen gewissen Wahrheitsanspruch. Schließlich ist die erste und wichtigste Aufgabe von klassischem Journalismus, Leser und Leserinnen zu informieren und die wichtigsten Informationen gut lesbar für die jeweilige Zielgruppe aufzuarbeiten. Diese informative Funktion ist wohl häufig auch die erste, an die Lesende denken, wenn sie das Wort *Journalismus* hören, man denke da an das morgendliche Zeitunglesen und Verfolgen der Berichterstattung zu bestimmten Themen. Dennoch lösen selbst die vermeintlich sachlichsten Berichte und Zeitungsartikel immer auch Emotionen bei ihren Leser*innen aus (Schlimbach, 2009). Diese gehören auch oft zu den Gründen, warum Lesende zu journalistischen Texten greifen, denn neben dem Wunsch, sich zu informieren und Wissen über aktuelle Vorgänge in Politik und Weltgeschehen zu erlangen, kommen oft emotional gesteuerte Ziele wie „Entspannung, Erholung, Ablenkung, Verdrängen von Problemen, Bekämpfung von Langeweile, Suche nach Erregung“ (Neuberger & Kapern, 2013, S.186).

Journalistisches Arbeiten und Publizieren hat sich in den letzten Jahrzehnten deutlich sichtbar gewandelt. Vor allem durch die immer wachsende Konkurrenz und in jüngeren Zeiten auch durch den Einfluss der sozialen Medien ist es immer wichtiger geworden, Leser*innen auch emotional anzusprechen und so an die eigene Marke zu binden. Journalisten und Journalistinnen versuchen also, spannende und emotional bewegende Artikel zu schreiben

und noch dazu stets die interessanteste und schnellste Berichterstattung zu den Geschehnissen in der Welt zu bieten (Peters, 2011; Rykalová, 2014). Doch bereits vor dem Einzug des Internets und den damit einhergehenden Möglichkeiten gab es Medienhäuser, deren Fokus weniger auf der Information liegt und in denen „Emotion statt Information, Vereinfachungen bis zur Verfälschung, der immer gleiche Promiklatsch und die immer gleichen Kuriositäten“ (Arnold, 2013, S.44) traditionell zum Erfolgsmodell gehören. Als klassisches Beispiel einer Zeitung, die journalistische Qualitätskriterien nicht immer einhält, nennt Arnold (2013) die BILD-Zeitung, wobei er auf regelmäßige Rügen durch den Presserat und Elemente wie stark sensationalisierte Darstellungen bei Gewalttaten, einseitige Berichterstattung und einen mehr als lockeren Umgang mit den Persönlichkeitsrechten vor allem Tatverdächtiger hinweist. Dabei stehen die Emotionen im Mittelpunkt, indem beispielsweise Empörung geschürt werden soll oder durch das Aufwiegeln *des Volkes* gegen *die da oben*. Hierbei ist die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung „aufgrund der inszenierenden Erzählstrategien und der starken Emotionalisierung [...] stark eingeschränkt“ (Arnold, 2013, S.45). Das gezielte Ansprechen von Emotionen und das Arbeiten mit Emotionalisierungsstrategien ist allerdings nicht auf eine Zeitung oder den Boulevardjournalismus allein beschränkt, denn Emotionen sind geeignet, die Beziehung zu der eigenen Marke zu stärken und eine nähere Beschäftigung mit den Nachrichten und dargebotenen Informationen zu initiieren. Außerdem generieren emotionale Inhalte gerade im Internet mehr Aufmerksamkeit und so mehr (Werbe-)Einnahmen (Beckett & Deuze, 2016). Zusammenfassend lässt sich also sagen: “hard, self-styled objective, ‘just the facts’ journalism is not *unemotional*, just as soft, so-called tabloid news is not *irrational*“ (Peters, 2011, S.303).

Die verschiedenen Ebenen eines journalistischen Textes eignen sich in unterschiedlichem Ausmaß für die Emotionalisierung:

In den Überschriften zu Artikeln und Kolumnen finden formbezogene Strategien häufig Anwendung, wo sie beispielsweise in Form von Ausrufesätzen, Personifizierungen, Metaphern oder Neologismen die Aufmerksamkeit potentieller Leser*innen fesseln und so zum Lesen anregen sollen (Johnson-Laird & Oatley, 2016; Mellmann, 2006; Vaňkova, 2018). Andere sprachliche Elemente zur Emotionserzeugung sind in journalistischen Texten auch anzutreffen, so können beispielsweise „Lexeme [...], mit deren denotativen Bedeu-

tungen negative Emotionen verbunden sind und die in der Regel negative Assoziationen und Bewertungen hervorrufen“ (Vaňkova, 2018, S.32) zum Einsatz kommen, um insgesamt die Stimmung eines Textes in eine bestimmte Richtung zu lenken. Diese Methoden kommen allerdings in unterschiedlicher Menge und Ausprägung vor in den verschiedenen Formen von Journalismus beziehungsweise verschiedenen Marken. Medienhäuser und Redaktionen haben, wie bereits im Grundlagenkapitel zum Lesen journalistischer Texte ausgeführt wurde, oft einen bestimmten sprachlichen Stil, der sie ausmacht und der leicht ihrer Zeitung oder Zeitschrift zuzuordnen ist. So ist beispielsweise die Wochenzeitung *Die Zeit* dafür bekannt, besonders häufig mit feststehenden Phrasen bzw. Phraseologismen zu arbeiten (Vaňkova, 2018). Unterschiede im emotionalen Stil ergeben sich auch in Abhängigkeit davon, ob das wichtigste Ziel eines Textes tatsächlich die Information der Lesenden ist oder ob es sich etwa um einen Kommentar oder die Bewertung bestimmter Vorgänge geht. Methoden, hier Emotionen zu evozieren, können unterschiedlich ausfallen, Journalist*innen können hier „Überschriften zuspitzen, passende Zitate selektieren, Zusammenhänge ignorieren und Hintergründe ausblenden, nationale Klischees und Stereotype bedienen etc.“ (Arnold, 2013, S.45). Auch eine Reihe aufeinanderfolgender Fragesätze, rhetorische Fragen oder dramatisierte Formulierungen mit „unumstrittenen Fragesätzen“ (Vaňkova, 2018, S.33) können emotional die Richtung eines Textes bestimmen, wenn etwa gefragt wird „Wie gefährlich ist... wirklich?“ oder „Müssen wir bald alle...?“.

Am häufigsten in journalistischen Texten anzutreffen sind wohl Emotionalisierungsstrategien auf der inhaltlich-strukturellen Ebene. Hier steht Journalist*innen oft eine große Menge an Informationen zu einem Sachverhalt zur Verfügung und die Auswahl der Elemente, die in einem Artikel präsentiert werden hat einen großen Einfluss auf die emotionale Wirkung des Textes. Wenn beispielsweise Autoritäten und Fachpersonen zitiert werden, kann die Auswahl an Aussagen ebenso wie der Rückgriff auf vergangene traumatische Weltereignisse entweder alarmierend oder beruhigende Wirkung haben (Vaňkova, 2018). Von großer Bedeutung ist außerdem die Menge an Zeilen, die jeweils einzelnen Punkten gewidmet werden – ausführliche Aussagen mit persönlichen Informationen zu Tätern oder Opfern eines Verbrechens lassen oft eine persönlichere Verbindung zwischen Leser*in und Text zu, während sachlichere Beschreibungen der Fakten eine eher distanzierte Lesart nahe-

legen (Johnson-Laird & Oatley, 2016; Mellmann, 2006). Kontrastierungen in den Texten können auch Emotionen transportieren, indem etwa Sätze mit gegensätzlichen Adjektiven (z.B. groß/klein, reich/arm) nebeneinander gesetzt werden, um möglichst dramatische Beschreibungen für die geschilderten Umstände zu finden (Vaňkova, 2018).

Auch bei journalistischen Texten spielt die persönliche Betroffenheit beziehungsweise eine Ähnlichkeit zwischen Lesenden und Text oder Textelementen eine bedeutende Rolle für das Ausmaß der Emotionalisierung (Früh & Becker, 1991). So wird ein Zeitungsartikel einen fünffachen Vater vermutlich stärker emotional bewegen, wenn er detailliert über das Leben eines entführten Kindes berichtet und eventuelle Parallelen zu den eigenen Kindern aufzeigt, als wenn es sich lediglich um die Schilderung der Abläufe einer Entführung handelt. Vor allem tragische Ereignisse wie Terrorattacken, Amokläufe oder die vor allem in Amerika immer wieder vorkommenden „Schulmassaker“ bieten sich für die emotionale Berichterstattung an, weil hier viele Menschen, oft Kinder betroffen sind und gerade diese persönliche Note die inhaltliche Ebene des Textes sehr emotional wirken lassen kann (Robertz & Kahr, 2016).

5.2.3 Emotionen im Kontext von Texten in sozialen Medien

Der Begriff *soziale Medien* wird zunächst mit der Pflege zwischenmenschlicher Kontakte in Verbindung gebracht, ein Bereich, der ohnehin mit Emotionen verknüpft sein kann. Diese privaten Kontakte sind allerdings nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit, denn hier soll es um solche Social Media-Postings gehen, die an ein größeres Publikum gerichtet sind. Auch hier gibt es zahlreiche Varianten an unterschiedlichen Texten, da mittlerweile kaum noch eine Marke, Redaktion, Partei oder sogar Polizeistation ohne eigenen Account in mindestens einer Plattform auskommt. Gesellschaftlich betrachtet war das Verhältnis der Menschen zu Technologie und Neuerungen in diesem Bereich schon immer stark emotional aufgeladen, und durch Smartphones hat dieses Verhältnis eine große physische Nähe zum alltäglichen Leben erhalten (Serrano-Puche, 2015). Hierdurch ergibt sich eine besonders starke Nähe zwischen dem Menschen und den sozialen Medien und „eine starke Orientierung auf das Persönliche und Private“ (Yang, 2018, S.280) in der Kommunikation – es steht beispielsweise bei Facebook ein eher auf

Massenkommunikation ausgelegtes Posting zwischen solchen von privaten Freunden und Familie (Boczkowski, Mitchelstein & Matassi, 2017). Durch die Omnipräsenz im Leben vieler Menschen sind soziale Medien besonders interessant für die Betrachtung im Rahmen dieser Arbeit, zumal Postings in sozialen Medien zu den Textarten gehören, die besonders leicht auf Basis von emotionalen Reaktionen mit anderen Menschen geteilt werden (Serrano-Puche, 2015). Da Menschen in sozialen Medien die Neigung haben, sich mit solchen Mitmenschen und Online-Auftritten zu vernetzen, die tendenziell dieselbe oder eine ähnliche Meinung vertreten wie sie selbst und die einfache Möglichkeit zur Vernetzung können innerhalb sozialer Medien gewissermaßen Subkulturen entstehen, die ihre ganz eigene Sprache haben und mit Floskeln und feststehenden Begrifflichkeiten die Emotionen der Beteiligten immer wieder erzeugen und festigen (Stegbauer, 2018). Ganz akut lässt sich hier die Verbreitung von Verschwörungstheorien mit Bezug auf die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden hauptsächlich in sozialen Medien geschürten Befürchtungen und Ängste als Beispiel nennen. Hier wird mit Begrifflichkeiten wie „die Eliten“, „dunkelste Mächte“ oder „Weltverschwörung“ gearbeitet (Thorwarth, 2020), die ganz deutlich und explizit negativ konnotiert sind und Emotionen bei den Lesenden hervorrufen sollen. „Je mehr die Gefühle hochkochen, umso eher kann sich der Effekt über die Beziehungsleitungen verbreiten“ (Serrano-Puche, 2015), also desto stärker sind Menschen geneigt, die Postings zu teilen und somit deren Botschaft weiterzuverbreiten. Hinzu kommt, dass die Postings durch ihre Kürze und die oft eher umgangssprachlichen Formulierungen (Wen & Wan, 2014) auch schnell gelesen sind, sodass selbst Nutzende, die nicht gern lesen, geneigt sind, sich damit zu beschäftigen. Diese einfachen Möglichkeiten zur Verbreitung machen soziale Medien zu einem reizvollen Medium für Firmen, Parteien und andere Gruppen, die ein Interesse an der Beeinflussung von Menschen haben. Hinzu kommt, dass die Veröffentlichung meist einfach ist, so kann hier schnell auf aktuelles Tagesgeschehen reagiert werden, ohne erst redaktionelle Abläufe oder Veröffentlichungswege abwarten zu müssen. Es lassen sich schnell emotional mitreißende und ungefilterte Postings verfassen, oft bereits, bevor in traditionelleren Medien ein Thema überhaupt aufgenommen wurde.

Zusätzlich zu den „klassischen“ im Eingangskapitel genannten Methoden,

Emotionen zu vermitteln, bieten Beiträge in sozialen Medien weitere Möglichkeiten, die den anderen in der vorliegenden Arbeit thematisierten Textarten weitgehend verwehrt bleiben. Einige soziale Medien bieten beispielsweise die Möglichkeit, den eigenen Text durch Hashtags zu ergänzen, die dann als Links fungieren, um andere Postings mit demselben Hashtag wiederzufinden. Hashtags werden auch häufig verwendet, um Emotionen auszudrücken. Dabei können sie auch aus mehreren Worten zusammengesetzt sein und folgen oft einem bestimmten Muster, beispielsweise durch die Verwendung eines Präfixes. Qadir und Riloff (2014) nennen hier *angry* als Beispiel, das als Präfix für Hashtags wie *#angryattheworld* oder *#angryatlife* verwendet werden kann. Allerdings können solche Hashtags auch Emotionswörter enthalten, ohne tatsächlich auf genau diese Emotion hinzuweisen, die Autor*innen nennen hier beispielhaft das beliebte Handyspiel *#angrybirds*. Bei der Betrachtung und Analyse von Emotionen in Hashtags kann also nicht einfach nach Emotionswörtern gesucht werden, denn der Kontext ist in diesem Fall immer von Bedeutung und kann den emotionalen Gehalt abschwächen oder auch verstärken. Ebenso modifizierend auf den emotionalen Gehalt können Emoticons wirken, die in vielen sozialen Medien in den Text eingebunden werden können. Die Sets an Möglichkeiten sind je nach Plattform unterschiedlich und können zudem noch durch Zeichenkombinationen wie :-) oder :D ergänzt werden. Manche der als Bilder vorliegenden Emoticons sind in ihrer Bedeutung nicht ganz eindeutig oder werden von Nutzenden unterschiedlich ausgelegt, sodass auch hier der Kontext eine große Rolle bei der Interpretation der dargestellten Emotionen spielt (Tang, Qin, Liu & Li, 2013). Zusätzlich bieten einige soziale Medien mittlerweile die Möglichkeit, Gifs an Texte anzuhängen, um die eigene Botschaft zu unterstreichen oder zu ergänzen. Hierbei handelt es sich um kurze, meist in endloser Wiederholung abgespielte Clips, die durch eine Stichwortsuche gefunden und ausgewählt werden können. Oft stammen sie aus Film oder Fernsehen und sind aus dem Zusammenhang genommen oder sogar modifiziert, um eine bestimmte Botschaft zu vermitteln. Auf diese Weise ergibt sich eine Vielschichtigkeit: Zunächst drücken die Gifs das aus, was alle Nutzenden sehen können und haben so eine Bedeutung. Eine weitere Bedeutung kann sich allerdings dann für diejenigen unter den Nutzenden ergeben, die wissen, woher die Auszüge stammen und wie der Kontext dort war – hier findet sich also gewissermaßen oft eine Art Insider-Witz (Miltner & Highfield, 2017).

Durch die Möglichkeit, Beiträge in sozialen Medien auf unterschiedliche Weise zu „ liken“ (bei Facebook etwa durch den „Daumen hoch“, bei Twitter durch das Antippen des „Herzchens“) haben Lesende zudem die Möglichkeit, zumindest positive Emotionen auf schnellem und einfachem Wege mitzuteilen beziehungsweise die emotionalen Reaktionen derjenigen, die die Postings sehen, wahrzunehmen (Serrano-Puche, 2015). So bekommen Verfasser*innen schnelle und direkte Rückmeldung darüber, wie ihre Postings von ihrem Publikum angenommen werden.

Beiträge in sozialen Medien sind nicht nur wegen ihrer starken Einbindung in den Alltag und wegen der besonderen Möglichkeiten zum Ausdruck von Emotionen interessant für die Thematik der vorliegenden Arbeit. Auch der Einfluss der Texte auf die Lesenden ist hier relevant: So konnten Kramer, Guillory und Hancock (2014) zeigen, dass das verstärkte Lesen von emotional eingefärbten Facebook-Postings die Stimmung der Nutzenden beeinflusste. Diejenigen Versuchspersonen, die eine erhöhte Anzahl negativer Postings in ihrer Facebook-Timeline vorfanden, posteten im Anschluss auch selbst verstärkt negative Beiträge, während umgekehrt Nutzende mit einer erhöhten Anzahl an positiven Postings in ihrer Timeline verstärkt eigene positive Beiträge verfassten. Auch andere Studien fanden Belege für eine starke Emotionsansteckung durch verschiedene soziale Medien, beispielsweise Bollen, Mao und Pepe (2011); Ferrara und Yang (2015); He, Zheng, Zeng, Luo und Zhang (2016). Auf diese Weise können soziale Medien also einen großen Einfluss auf die Stimmungen ihrer Nutzenden haben, was wiederum einen Einfluss auf gesellschaftliche Entwicklungen wie die Akzeptanz politischer Maßnahmen, Wahlen oder die Meinung in Bezug auf bestimmte Bevölkerungsgruppen wie Geflüchtete oder Menschen mit Migrationshintergrund haben kann.

5.2.4 Emotionen im Zusammenhang mit Sachtexten

Emotionale Reaktionen in Bezug auf Sachtexte sind ein Themenbereich, der erst einmal Irritationen hervorrufen kann, denn für gewöhnlich wird der Begriff *Sachtext* mit einem Fokus auf Information und dem völligen Fehlen von Emotionen in Verbindung gebracht. Aufgrund ihres Zweckes als hauptsächlich Informations- oder Fachmedium ist diese Emotionslosigkeit auch erwünscht, denn Emotionen würden von dem zu vermittelnden Wissen nur

ablenken. Autor*innen sollen sich zurückhalten in diesen Texten und die Sprache soll von Sachlichkeit und Eindeutigkeit geprägt sein. Dies ist jedoch nicht immer der Fall, wie Jahr (2000) aufzeigt. Sie betont, dass Lesende ein Gespür dafür haben, wie sachlich ein Text tatsächlich ist und wie gut es den Autor*innen gelungen ist, sich selbst in dem Text zurückzuhalten, um das Thema des Textes mit Fokus auf Fakten anstelle emotionaler Beteiligung zu vermitteln. Da „mit der Thematisierung bestimmter Sachverhalte Textverfasser oft bewußt oder unbewußt hoffen, daß ihre Einstellung von den Rezipienten übernommen wird“ (Jahr, 2000, S.84) ist es allerdings oft der Fall, dass die Einstellungen der Verfassenden in Bezug auf das Thema doch einen Einfluss darauf haben, wie sie die Thematik bewerten und in Bezug darauf argumentieren. So finden dann manchmal doch Methoden, wie sie im übergeordneten Kapitel vorgestellt werden, Einzug in Sachtexte und beeinflussen ihren emotionalen Gehalt. Die Kategorie der Sachtexte an sich ist, wie bereits in dem dazugehörigen Kapitel ausgeführt wurde, recht vielfältig und demnach können hier auch unterschiedliche Stile auftreten. Viele enthalten auch Appelle, möchten die Lesenden zu Handlungen motivieren oder eben von diesen abhalten – wie beispielsweise Gesetzestexte – und „betreffen solche Lebensbereiche, die von sich selber, sagen wir automatisch, Gefühle wecken“ (Mikulová, 2003, S.98), beispielsweise den Hinweis auf Gefahren oder Nebenwirkungen. Dennoch sind Sachtexte nicht darauf angelegt, Emotionen auszulösen. Stilistisch schlägt sich das zum Beispiel „in der Vorliebe für Passivkonstruktionen, die ein handelndes Subjekt ausblenden lassen, oder in der Dominanz des Nominalstils, der für die begriffliche Darstellung eines Geschehens und die Verhinderung produktiver Phantasie sorgt“ (Kęsicka, 2015, S.103) nieder. Bei der Auswahl der Texte als Stimulusmaterial ist es daher von großer Bedeutung, den Stil der Texte zu analysieren und auf eine „Minimalisierung des Einflusses von Emotionen auf die Kommunikation“ (Bochenek-Borowska & Schramm, 2011, S.177) zu achten.

6 Fragestellungen und Hypothesen

Wie die bisherigen Kapitel gezeigt haben, konzentrierte sich die Forschung zu Geschlechterdifferenzen beim Lesen vorwiegend auf Lesegewohnheiten und -präferenzen. In der psychologischen Emotionsforschung wurde primär ein Blick auf geschlechtertypische emotionale Reaktionen, deren Umstände, Intensität und Einflussfaktoren geworfen. Diese Arbeit betrachtet und analysiert nunmehr mögliche geschlechterspezifische Unterschiede im Bezug auf emotionale Reaktionen beim Lesen von Textmaterial sowie den möglichen Einfluss von internalisierten Geschlechterstereotypen in diesem Zusammenhang. Dabei wird davon ausgegangen, dass gesellschaftlich transportierte Vorstellungen darüber, wie Männer und Frauen und deren Emotionen zu sein haben, deren emotionale Reaktionen maßgeblich mit beeinflussen. Ziel dabei ist es, insgesamt ein besseres Verständnis für die Reaktionen der Lesenden zu gewinnen. Zwar ist die emotionale Reaktion im Grunde genommen nur ein kleiner Anteil an der gesamten Reaktion auf Texte – allerdings ein nicht unerheblicher, wenn man bedenkt, wie bewusste und unbewusste Emotionen die Meinungen und das Verhalten der Menschen formen können (siehe Kapitel 4). Der Fokus auf Geschlechterunterschiede wurde gewählt, weil diese einen viel diskutierten Aspekt des Erlebens und Verhaltens darstellen, der mit Emotionen und emotionalen Reaktionen eng verknüpft ist. Vermeintliche (emotionale) Unterschiede zwischen Männern und Frauen finden in nahezu allen Bereichen des Lebens Erwähnung, von familiären Konflikten über Comedy-Programme bis hin zu Forschung. Oftmals werden Fakten dabei außer Acht gelassen oder verzerrt dargestellt. Vermeintlich biologische und neurologische Unterschiede zwischen Männern und Frauen werden nach Belieben ausgelegt und Klischees und Stereotype werden immer wie-

der reproduziert, wie in Kapitel 2 dargestellt wurde. Dabei zeigt sich, dass stereotype Vorstellungen in Bezug auf die Geschlechter nach wie vor enorm verbreitet sind und insbesondere Emotionen unbewusst davon beeinflusst werden. Gerade mit Blick auf manipulative Texte, beispielsweise im Journalismus, vor allem in Bezug auf die Politik und dort gefällte Entscheidungen kann ein besseres Verständnis der zugrundeliegenden emotionalen Vorgänge in Lesenden dazu beitragen, bessere Aufklärungsmethoden zu entwickeln, um Menschen ihre eigene Bias in Bezug auf Geschlechterstereotype und auf die möglichen Folgen in Bezug auf Textrezeptionen bewusst zu machen. Dadurch ließe sich möglicherweise die unbewusste Einflussnahme von Emotionen auf Meinungen, Handlungen und Einstellungen bewusst machen und reduzieren.

Da die Erwartungen der Lesenden häufig von der Textart geprägt werden, was wiederum einen Einfluss auf die Emotionen haben könnte, ist es von Bedeutung, in empirischen Untersuchungen mit verschiedenen Textarten zu arbeiten. Dabei sind einerseits eher „traditionelle“ literarische Textarten zu berücksichtigen, allerdings aber auch sogenannte „moderne Medien“ als Stimulusmaterial zu verwenden, die im Alltag immer mehr Raum einnehmen und deshalb sowohl Emotionen als auch Meinungen der Lesenden maßgeblich beeinflussen.

Aus diesem Grund wurden basierend auf dem dargelegten theoretischen Hintergrund verschiedene Studien mit unterschiedlichen Textarten und jeweils etwas unterschiedlichem inhaltlichem Fokus durchgeführt.

Die übergeordnete Frage lautet demnach also: Lassen sich die Geschlechterunterschiede, die im Bereich des Lesens und in Bezug auf Emotionen bereits erforscht sind, auch in den emotionalen Reaktionen beim Lesen finden?

Um diese noch recht allgemein formulierte Fragestellung zu präzisieren, wurden zunächst drei übergeordnete, in allen Studien zu beantwortende Forschungsfragen formuliert. In den einzelnen Studien wurden dann jeweils weitere, darauf aufbauende Fragestellungen ergänzt, die mit dem jeweiligen konkreten Versuchsaufbau in Verbindung stehen bzw. sich daraus ableiten.

Fragestellung 1:

In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass Frauen identifikatorischer und insgesamt emotionaler lesen sowie insgesamt empathischer sind und Emo-

tionen verstärkt wahrnehmen. Führt all das dazu, dass ihre Ergriffenheit als Reaktion auf die Texte insgesamt und insbesondere auf emotionalisiertes Textmaterial höher ausfällt als die von Männern?

Folgende Hypothesen ergeben sich aus dieser Fragestellung:

1a) Frauen zeigen sich signifikant ergriffener von dem Textmaterial als Männer.

1b) Frauen zeigen sich signifikant ergriffener von dem stärker emotionalisierten Textmaterial als Männer.

Fragestellung 2:

Lassen sich die bereits erforschten Geschlechterunterschiede in Bezug auf die Intensität bestimmter geschlechtsspezifischer Emotionen auch in Bezug auf das Lesen finden? Berichten Frauen demnach häufiger von weiblich konnotierten Emotionen wie Angst und Trauer und Männer eher männlich konnotierte Emotionen wie Wut und Verachtung?

Die Emotion Wut hatte sich in der theoretischen Grundlage der Studien zwar als eine sehr gemischte Emotion herausgestellt, die je nach Kontext nicht immer als eindeutig männlich klassifiziert wurde. Allerdings lässt sich die Äußerung von Emotionen in einem, der von fremden Menschen erstellt wurde, eher weniger stark dem privaten Bereich zuordnen, sodass die Emotion analog zur Forschungslage hier doch den männlichen zugeordnet wurde. Zudem macht gerade ihre Eigenschaft als unklare oder umstrittene Emotion die Erforschung der Wut so interessant.

Der Fragestellung mit Bezug auf geschlechtsspezifische Emotionen sind folgende Hypothesen zugeordnet:

2a) Frauen berichten nach dem Lesen des Stimulusmaterials signifikant stärkere Trauer und Angst als Männer.

2b) Männer berichten nach dem Lesen des Stimulusmaterials signifikant stärkere Verachtung und Wut als Frauen.

Fragestellung 3:

Schlägt sich die stärkere Affinität von Männern und Frauen für bestimmte Formen des Lesens in den Reaktionen auf die jeweiligen Textarten nieder? Reagieren Frauen also auf literarische Texte mit mehr Interesse als Männer es tun? Reagieren Männer entsprechend interessierter auf informativere Textarten wie Zeitungstexte und Sachtexte? Hierzu wurden folgende Hypo-

thesen formuliert:

3a) Frauen reagieren mit mehr Interesse auf literarische Texte als Männer.

3b) Männer reagieren mit mehr Interesse auf Zeitungstexte und Sachtexte als Frauen.

Da bei diesen Fragestellungen grundsätzlich auch immer die Frage mitschwingt, ob die Versuchspersonen ihre „wahren“ emotionalen Reaktionen berichten werden und wie weit diese Reaktionen von internalisierten Stereotypen beeinflusst sein könnten, sollte im Verlauf zusätzlich untersucht werden, ob sich Zusammenhänge zwischen der Stereotypausprägung und der emotionalen Reaktion finden lassen. Zwar würden diese Zusammenhänge immer noch keine Kausalitäten aufdecken, aber da die Stereotype bereits vom frühen Kindesalter an vermittelt werden, ist naheliegend, dass diese die emotionale Reaktion beeinflussen und nicht umgekehrt.

Zusätzlich zu den drei übergeordneten Fragestellungen wurde in Studie II der Frage nach den Zusammenhängen zwischen der Ausprägung der allgemeinen Stereotype in Bezug auf das Handeln und die Fähigkeiten von Frauen und Männern erhoben. Die internalisierten Stereotype werden hier mit Bezug auf das in der theoretischen Grundlage vorgestellte dynamisch-transaktionale Modell (Früh & Becker, 1991) neben den Emotionen als weitere Variable mit Einflussnahme auf die Nutzenden und ihre Art, mit dem Medium zu interagieren betrachtet. Stereotyp wird von Männern die Äußerung negativer Emotionen eher erwartet, während von Frauen verstärkt erwartet wird zu lächeln und positivere Emotionen auszudrücken (Brody et al., 2016). Aufgrund der negativen Grundthematik der Stimulustexte, auf die in den entsprechenden Kapiteln zu den einzelnen Studien noch weiter eingegangen wird, ist hier jedoch nicht von einem verstärkten Zeigen der negativen Emotionen durch die Frauen auszugehen. Entsprechend kann die stärkere weibliche Expressivität in Bezug auf positive Emotionen hier durch demonstratives Ablehnen, also durch niedrige Werte in der M-DAS ausgedrückt werden.

Die Fragestellung 4 lautet entsprechend:

Gibt es Zusammenhänge zwischen dem Ausmaß an internalisierten Stereotypen und der emotionalen Reaktion? Zeigen sich hier Frauen mit stärkeren in-

ternalisierten weiblichen Stereotypen expressiver in Bezug auf positive Emotionen, während bei stark von männlichen Stereotypen geprägten Männern die negativen Emotionen stärker gezeigt werden? Um dieser Fragestellung nachzugehen, wird mit den 16 Emotionen der M-DAS vorab eine Faktorenanalyse berechnet, bei der aufgrund der Thematik und der genannten geschlechertypischen Emotionszuordnung erwartet wird, dass sich positive und negative Emotionen zu Faktoren zusammen finden.

Daraus ergeben sich folgende Hypothesen:

- 4a) In der Faktorenanalyse lassen sich die Emotionsfaktoren „negative Emotionen“ und „positive Emotionen“ finden.
- 4b) Frauen mit stärker ausgeprägten weiblichen Stereotypen zeigen weniger positive Emotionen als Frauen mit weniger stark ausgeprägten Stereotypen.
- 4c) Männer mit stärker ausgeprägten männlichen Stereotypen zeigen stärker ausgeprägte negative Emotionen als Männer mit weniger ausgeprägten Stereotypen.

Eine fünfte Fragestellung wurde für die Studie III formuliert. Hier wurde die Untersuchung der allgemeinen Stereotype erweitert und in den Kontext eines größeren Modells gesetzt. Neu hinzu kam ein konkreterer Bezug zu stereotypen Vorstellungen der Versuchspersonen in Bezug auf Emotionen. Hierzu wurde ein kurzer Emotionsstereotypfragebogen selbst entwickelt, der in Kapitel 10.1.2 vorgestellt wird. Außerdem berücksichtigt werden in diesem Modell als Faktoren das Geschlecht der Versuchspersonen sowie die Textart, die durch die Versuchspersonen gelesen wurde. Analog zur vierten Fragestellung wurde auch hier mit Emotionsfaktoren gearbeitet, wobei auch hier die Erwartung war, dass sich positive und negative Faktoren finden lassen.

- 5a) In der Faktorenanalyse lassen sich die Emotionsfaktoren „negative Emotionen“ und „positive Emotionen“ finden.
- 5b) Die Ausprägung der positiven Emotionen wird vorhergesagt von den männlichen und weiblichen allgemeinen Stereotypen, den Emotionsstereotypen, dem Geschlecht der Versuchspersonen und der gelesenen Textart.
- 5c) Die Ausprägung der negativen Emotionen wird vorhergesagt von den männlichen und weiblichen allgemeinen Stereotypen, den Emotionsstereotypen, dem Geschlecht der Versuchspersonen und der gelesenen Textart.

**Zweiter Teil: Empirische
Untersuchung von
Geschlechterdifferenzen im
Bezug auf Emotionen beim
Lesen**

7 Die durchgeführten Studien

Auf Basis des zuvor dargelegten theoretischen Hintergrundes wurden im Rahmen dieser Arbeit drei Studien durchgeführt, um die genannten Faktoren zu untersuchen. In der Pilotstudie lag der Fokus dabei zunächst einmal auf den zuvor genannten zentralen Fragestellungen, in den später erfolgenden Studien wurden diese durch Fragestellungen mit Bezug auf die Geschlechterstereotype im Allgemeinen und Geschlechterstereotype in Bezug auf Emotionen ergänzt. Außerdem wurde das Stimulusmaterial variiert, da auch hier Form und Thematik einen großen Einfluss auf die Ergebnisse haben könnten.

Im folgenden Teil der Arbeit wird zunächst das gleichbleibende Material beschrieben, das in mehreren der Studien zum Einsatz gekommen ist. So muss nicht derselbe Grundaufbau zu jeder einzelnen Studie erneut beschrieben werden, was die Lesbarkeit stark beeinträchtigen würde.

Die Vorgehensweise bei jeder Datenerhebung unterscheidet sich in einigen Punkten, sodass nach einer einleitenden Beschreibung der Gemeinsamkeiten einzelne Kapitel zu den drei Studien folgen werden. In diesen Kapiteln werden zuerst die verwendeten Methoden beschrieben, wobei aufgezeigt wird, wo diese gegebenenfalls von dem zuvor geschilderten Grundaufbau abweichen. Innerhalb der Kapitel folgen dann die Ergebnisse und Diskussion dieser, um dann in den Kapiteln zu den darauf folgenden Studien darauf Bezug nehmen zu können.

Ganz zum Abschluss folgt dann noch einmal ein abschließender Blick auf

die Fragestellungen der Dissertation und die gewonnenen Erkenntnisse aller drei Studien.

7.1 Studiendesign

Alle Studien wurden als Between-Subject-Design durchgeführt, da die Gefahr einer Verzerrung der emotionalen Reaktionen im Falle eines Within-Subject-Designs als zu hoch bewertet wurde. Würden beispielsweise die Versuchspersonen jeweils einen emotionalen und danach einen sachlichen Text lesen, oder nacheinander verschiedene Textarten präsentiert bekommen, wäre es unvermeidlich, dass ein Vergleichseffekt ihre emotionalen Reaktionen beeinflussen würde.

Um dennoch statistisch brauchbare Gruppengrößen in den Stichproben zu erhalten, wurde das Untersuchungsdesign so konzipiert, dass die Studien im Onlineformat durchgeführt werden konnten. So können mehr potenzielle Versuchspersonen erreicht werden. Zwar hat das Online-Format den Nachteil, dass die Bedingungen nicht gut kontrollierbar sind, die Versuchspersonen könnten abgelenkt sein oder andere Dinge „nebenher“ machen. Hier wurde im Rahmen der Möglichkeiten entgegengewirkt, indem die Länge der Fragebögen überschaubar gehalten wurde. Zudem wird davon ausgegangen, dass die durch das Format entstandene große Anzahl an Datensätzen diese nachteiligen Effekte statistisch gesehen vernachlässigbar machen würde.

Für die konkrete Umsetzung wurde die Plattform *SoSciSurvey* gewählt, weil dieses Online-Tool sehr flexibles Erstellen von Fragebögen erlaubt und viele Möglichkeiten zur individuellen Anpassung bietet – sowohl optisch als auch technisch. Hinzu kommt, dass sich hier die Möglichkeit bietet, das Stimulusmaterial relativ gleichmäßig unter den Teilnehmenden zu verteilen, indem die Texte durch eine intern verteilte Zufallsvariable immer abwechselnd ausgegeben werden. Dieser Vorgang läuft im Hintergrund und die Teilnehmenden selbst bemerken nicht, dass nicht alle denselben Text gelesen haben. Zudem lassen sich in diesem Werkzeug durch ein kurzes Stück php-Code sogenannte „Filterfragen“ einbauen, sodass es optionale Fragen für Versuchspersonen einer bestimmten Gruppe gibt – beispielsweise nur diejenigen, die Text A gelesen haben. Das erlaubt eine sehr flexible Fragebogengestaltung, die den Bedürfnissen der einzelnen Studien angepasst werden kann. Außerdem gibt es durch das Online-Format für die Versuchsleitung in der gesamten

Zeit der Erhebung keine Möglichkeit der Einflussnahme, was einen Vorteil mit Blick auf die Objektivität der Studie darstellt. Zwar lassen sich dadurch auch die Bedingungen, unter denen die Versuchspersonen die Fragebögen bearbeiten, nicht exakt kontrollieren, doch der Nutzen, der durch die relativ große Stichprobengröße dank dieses Formates gewonnen wird, wiegt diesen verhältnismäßig kleinen Nachteil wieder auf. Ein weiterer Vorteil ist, dass SoSciSurvey es erlaubt, die erhobenen Daten in Form einer SPSS-Datei herunterzuladen, sodass auch bei der Dateneingabe keinerlei Fehler durch durchführende Personen geschehen können. Die Auswertung nach dem Skalenhandbuch kann durch ein automatisiertes Script geschehen und lässt hier ebenfalls wenig Raum für Fehler.

In allen drei Studien wurden soziale Medien und E-Mail-Verteiler genutzt, um den Link zu den Fragebögen zu verbreiten und so viele Versuchspersonen wie möglich zu erreichen. Personen, die auf unterschiedliche Weise an den Versuchsaufbauten beteiligt waren oder von den Fragestellungen wussten, durften nicht an den Erhebungen teilnehmen.

7.2 Aufbau

Grundsätzlich hat die Methode, mit der die Emotionen in empirischen Untersuchungen erfasst werden, einen Einfluss darauf, ob Geschlechterdifferenzen gefunden werden und in welchem Umfang, wie bereits in Kapitel 2 herausgearbeitet wurde. Da Untersuchungen mit retrospektiven Berichten die Unterschiede zwischen den Geschlechtern stärker ausgeprägt sind als bei solchen mit direkt erfolgreicher Abfrage des Erlebens, erfolgt die Emotionserhebung in allen Studien unmittelbar nach den gelesenen Texten, sodass möglichst wenig Erinnerungslücken auftreten und die Antworten einen direkten Bezug zum Gelesenen haben. Außerdem wurden die weiteren Fragen in allen Studien mit wenigen Ausnahmen erst nach der Beantwortung des Emotionsfragebogens gestellt, damit die Versuchspersonen durch diese nicht abgelenkt wurden. Bei der späteren Abfrage wird der mögliche Nachteil in Kauf genommen, dass die demographischen und anderen personenbezogenen Daten von den Versuchspersonen, die den Fragebogen abbrechen, nicht angegeben werden. So wird möglicherweise ein Teil der Datensätze für die Analyse unbrauchbar. Die Vorteile in Bezug auf die Vermeidung von syste-

matischen Verzerrungen wogen aber letztendlich diesen Nachteil in Bezug auf einzelne Datensätze auf.

Ein weiteres Argument für die später erfolgende Abfrage vor allem des Geschlechts der Versuchspersonen ist, dass bereits subtile Nennungen wie die Vorababfrage des Geschlechts reichen könnten, um Geschlechterstereotype zu aktivieren, die dann wiederum einen Einfluss auf die im Selbstbericht erhobenen Emotionsdaten haben könnten (Hess et al., 2000; Steffens & Roth, 2016; Tellhed & Adolfsson, 2018).

Die Möglichkeit, Fragen nur einem Teil der Versuchspersonen zu stellen wurde in einigen Studien genutzt, um Verständnisfragen zu bestimmten Texten zu stellen oder Meinungen der Versuchspersonen einzuholen. So konnten beispielsweise Fragen zu literarischen Texten auch nur den entsprechenden Lesenden gestellt werden, um keine Irritationen hervorzurufen. Außerdem können solche Zusatzfragen hilfreich sein, um von dem eigentlichen Ziel der Untersuchung abzulenken und daher zum Beispiel Effekte der sozialen Erwünschtheit reduzieren. In einer Vorstudie haben sich diese Fragen außerdem als hilfreich erwiesen, um systematische Verzerrungen beispielsweise durch Verständnisschwierigkeiten oder Irritationen in Bezug auf das Textmaterial aufzudecken. Die Auswertung dieser Fragen ist allerdings nicht Teil dieser Arbeit.

7.3 Untersuchungsverfahren

Allen drei Studien dieser Arbeit gemein sind neben den bereits genannten Fragestellungen erstens der Umgang mit dem Textmaterial, denn die Texte wurden alle auf dieselbe Weise ausgewählt und verarbeitet. Und zweitens wurde immer derselbe Emotionsfragebogen verwendet, um die Ergebnisse möglichst gut vergleichen und zueinander in Relation setzen zu können.

7.3.1 Der Umgang mit dem verwendeten Textmaterial

In allen Datenerhebungen wurde mit Textmaterial gearbeitet, das stets zu einem übergreifenden Thema für die jeweilige Studie gewählt wurde. So können Reaktionen in Bezug auf das konkrete Thema des Materials nicht als Störvariablen die Emotionen beeinflussen. Da allen Texten innerhalb einer Studie dieselbe Thematik zugrunde lag, würde ein eventuell emotional rele-

vanter Effekt in einem solchen Fall bei allen Texten auftreten.

Alle Texte wurden gekürzt, um sie auf eine innerhalb der jeweiligen Datenerhebungen ähnliche Länge zu bringen und so zu vermeiden, dass diejenigen Versuchspersonen, die einen eventuell längeren Text lesen müssen, eher ihre (möglicherweise negativen) Emotionen in Bezug auf die Textlänge angeben als auf den Inhalt. Außerdem sollte so die Abbruchrate im Verlauf des Fragebogens möglichst gering gehalten werden, denn allzu lange Texte könnten dazu führen, dass die Versuchspersonen die Geduld verlieren. Bei den Kürzungen wurde jedoch genau darauf geachtet, dass der Sinn nicht verändert wurde und die wesentlichen Informationen erhalten blieben. Aufgrund der Grundstruktur der Texte, die die wichtigsten Informationen zuerst im Text platziert (Neuberger & Kapern, 2013), bot sich bei allen Texten ein Schnitt nach einer gewissen (je nach Studie leicht variierenden) Anzahl an Wörtern an, um die Texte zu kürzen ohne den Inhalt zu verfälschen. Als literarische Texte zum Einsatz kamen neben einem Gedicht hauptsächlich Kurzgeschichten bzw. Erzählungen. Neben Romanen zeigten sich diese Textarten bei der Umfrage der Stiftung Lesen als besonders beliebt (*Lesen in Deutschland 2008*, 2008). Ein weiterer Fokus bei der Textauswahl literarischer Texte wurde darauf gelegt, nicht allzu bekannte Texte zu verwenden. Kennen Proband*innen Textmaterial bereits, könnten die Emotionen eines früheren Leseerlebnisses in die aktuelle Messung mit einfließen, was nicht wünschenswert ist. Beispielsweise sind Erzählungen häufig Gegenstand im Deutschunterricht in der Schule und die Erinnerungen der Proband*innen an diese Texte sind nicht unbedingt immer positiv. Eine Befragung nach der Vorstudie im Rahmen dieser Dissertation zeigte hier eine solche Verzerrung, da hier ein Text von Edgar Allan Poe zum Einsatz kam, den einige Proband*innen bereits kannten.

Um auszuschließen, dass textferne Merkmale wie Layout oder Bebilderung der Texte einen Einfluss auf die emotionalen Reaktionen haben, wurden alle Texte aus ihrem Kontext genommen und in einer reinen Textdarstellung in den Fragebogen eingefügt. So konnte außerdem noch sichergestellt werden, dass die Versuchspersonen nicht ein bestimmtes charakteristisches Layout wiedererkennen und beispielsweise mit dem Markenimage einer Zeitung in Verbindung bringen. Außer dem reinen Text und den dazugehörigen Überschriften wurde den Teilnehmenden keine weitere Information über die Art

des Textes, seinen Ursprung und seine Einordnung als eher emotional oder eher sachlich gegeben. Sie wurden lediglich darauf hingewiesen, dass ihnen ein Text präsentiert werden würde, den sie ruhig, aufmerksam und in ihrem ganz eigenen Lesetempo lesen sollten, da im Anschluss einige Fragen dazu gestellt würden. So sollten die Teilnehmenden ohne unnötige zusätzliche Beeinflussung dazu gebracht werden, den jeweiligen Text aufmerksam zu lesen und möglichst nicht nur zu überfliegen.

Ausgewählt wurde Textmaterial, das entweder stark emotionalisiert oder eher sachlich gehalten war. In den Kapiteln zu den einzelnen Studien wird das konkrete, in der Studie verwendete Textmaterial jeweils noch einmal unter Rückbezug auf das Kapitel 5.2 vorgestellt und analysiert. Dort werden dann auch Textauszüge mit Beispielen für die Emotionalisierungsstrategien gegeben, um diese Strategien zu veranschaulichen.

7.3.2 Der Emotionsfragebogen M-DAS

In allen Datenerhebungen wurde derselbe Emotionsfragebogen verwendet, die Modifizierte Differenzielle Affekt Skala (M-DAS). Diese Skala ist eine modifizierte Version von Izards Differential Emotions Scale (DES), die 1993 von Merten und Krause ins Deutsche übersetzt wurde (Merten & Krause, 1993). Diese Übersetzung wurde schließlich 2006 von Renaud und Unz modifiziert und für den Einsatz in Bezug auf Medien angepasst. Dabei haben die Autorinnen zudem auch die Balance zwischen negativen und positiven Emotionen verbessert, denn die DAS enthielt ursprünglich neben acht negativen lediglich zwei positive Emotionen: Interesse und Freude sind hier der Überraschung, Trauer, Wut, Ekel, Verachtung, Angst und Scham gegenübergestellt, wobei die Überraschung durch die Autorinnen als negative Emotion klassifiziert wurde. Neu hinzugefügt wurden von Renaud und Unz die Emotionen Vergnügen, Zufriedenheit, Zuneigung, Faszination sowie die Langeweile. Diese Begriffe entstammen einer Auswertung aus verschiedenen Sammlungen von Emotionswörtern, die die Autorinnen klassifizierten und einer ausführlichen Konsistenz- und Reliabilitätsprüfung unterzogen (Renaud & Unz, 2006). Es ergeben sich am Ende also 16 verschiedene Emotionen, die aus jeweils drei Begriffen, sowohl Adjektiven als auch Substantiven gebildet werden. Eine genaue Auflistung der Emotionen und der dazugehörigen Emotionsitems zeigt die Tabelle 7.1.

Tabelle 7.1: *Skalen der M-DAS*

Vergnügen	amüsiert	erheitert	vergnügt
Freude	fröhlich	glücklich	Freude
Zufriedenheit	ausgeglichen	wohl	zufrieden
Zuneigung	liebvoll hinge- zogen	verliebt	Zuneigung
Faszination	beeindruckt	fasziniert	gebannt
Ergriffenheit	bewegt	ergriffen	gebannt
Interesse	aufmerksam	konzentriert	wach
Überraschung	Überraschung	erstaunt	verblüfft
Trauer	niedergeschlagen	entmutigt	Trauer
Wut	wütend	Ärger	Zorn
Ekel	Verachtung	Geringschätzung	Spott
Angst	erschreckt	Angst	Furcht
Langeweile	unbeteiligt	Langeweile	angeödet
Scham	gehemmt	verschämt	verlegen
Schuld	reumütig	schuldig	tadelnswert

Durch die Mischung aus Adjektiven und Substantiven sowie durch die Kombination von Begriffen mit verschieden starker Wertigkeit bzw. Gefühlintensität und dadurch, dass jeweils auch Varianten der Emotionen mit einbezogen werden, wird hier sichergestellt, dass mit der M-DAS nach Aussage der Autorinnen ein reliables Messinstrument zum Einsatz kommt (Renaud & Unz, 2006).

Die einzelnen Emotionsitems werden im Fragebogen mit Hilfe einer fünfstufigen Likertskala abgefragt, wobei innerhalb der Itemblöcke jeweils sechs verschiedene Begriffe zusammengestellt werden (Renaud & Unz, 2006). Hier werden jeweils Items aus verschiedenen Emotionskategorien verwendet, alle einzelnen Emotionsbegriffe sind also gemischt. Die Proband*innen werden gebeten, spontan zu antworten und anzukreuzen, was sie beim Lesen des Textes empfunden haben. Zur Veranschaulichung zeigt die Abbildung 7.1 einen Beispielblock aus dem M-DAS, wie er in der Onlineversion der Studien dieser Dissertation zur Anwendung kam. Um eine größtmögliche Nähe zu der Papierversion des Fragebogens herzustellen, wurden die Fragen im Onlineformat genau so in Seiten unterteilt, wie sie auch auf Papier dargestellt werden. So sollte außerdem langes, anstrengendes Scrollen vermieden

werden, das eigene, möglicherweise negative Emotionen oder im Extremfall einen Abbruch des Fragebogens hervorrufen könnte.

4. Ich empfind...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Furcht	●	●	●	●	●
Langeweile	●	●	●	●	●
Faszination	●	●	●	●	●
Ärger	●	●	●	●	●
Zufriedenheit	●	●	●	●	●
Geringschätzung	●	●	●	●	●

Abbildung 7.1: Itemblock aus dem M-DAS-Fragebogen

Mit ihrer relativ fein differenzierten Emotionsabfrage wirkt die M-DAS einem Verzerrungseffekt, der bei allgemeinerer Emotionsabfragen eintreten könnte (Brandstätter et al., 2013), entgegen und kann mit seiner Platzierung direkt hinter dem Stimulusmaterial somit die Emotionen präzise und unmittelbar abfragen. Die Grundstruktur des Fragebogens ist aber dennoch kurz und kompakt, um Frustration oder ein frühzeitiges Abbrechen des Fragebogens zu vermeiden.

Insgesamt wurde mit der M-DAS ein reliables und valides Instrument zur Messung der Emotionen gewählt (Rössler, 2011). Um aber im konkreten Einsatz noch einmal einen Blick auf die Reliabilität zu werfen, wurde mit den sich aus den Itemblöcken ergebenden neuen Emotionen-Variablen eine Reliabilitätsanalyse gerechnet, in der sich mit einem Cronbachs Alpha-Wert von .827 eine gute Reliabilität zeigte.

An dieser Stelle ist es außerdem wichtig zu erwähnen, dass in den Studien dieser Arbeit die M-DAS-Emotion „Trauer“ für die Analysen gewählt wurde, während in der theoretischen Grundlage überwiegend von „Traurigkeit“ die Rede war. Die Ursache hierfür liegt in der Kombination der Emotionsitems in der M-DAS: Hier werden neben dem Item „Trauer“ die einzelnen Items „niedergeschlagen“ und „entmutigt“ kombiniert, um die Emotion zu erhalten, die nach dem Skalenhandbuch als „Trauer“ bezeichnet wird. Diese Emotionen passen insgesamt besser zu dem Konzept der Traurigkeit als der Trauer. Hinzu kommt, dass in der Differential Emotions Scale, wie Izard sie

im englischen Original verfasste, die Emotion nicht als „Trauer“ (eng. grief) bezeichnet wird, sondern als „Traurigkeit“ (eng. sadness) (Izard, 1977).

8 Studie I: Journalistische und literarische Texte im Vergleich

In der ersten Studie lag der Fokus auf den drei grundsätzlichen Fragestellungen nach der Ergriffenheit, den geschlechertypischen Textarten und den geschlechtsspezifischen Emotionen. Dieser Studie sind zunächst keine weiteren Fragestellungen zugeordnet.

Es wurde mit der Dichotomie aus journalistischen und literarischen Texten gearbeitet. Grundannahme war hier unter Rückbezug auf die Forschungsgrundlage, dass journalistische Texte mit ihrer grundsätzlichen Eigenschaft, informieren zu wollen, eher das „männliche“ Lesen abbilden, während literarische Texte hier das „weibliche“ Lesen ansprechen sollen.

Übergreifendes Thema war Krieg und Terror, das aufgrund seiner von Natur aus stark emotionalisierenden Art geeignet schien, um die Wahrscheinlichkeit, dass Versuchspersonen hier gar keine emotionale Reaktion zeigen, so gering wie möglich zu halten. Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer und Vohs (2001) fassen in einer umfangreichen Betrachtung den verstärkten Einfluss negativer Reize, Ereignisse und Erlebnisse auf den Menschen zusammen und zeigen beispielsweise, dass die Anzahl an negativen Emotionswörtern deutlich größer ist als die der positiven, dass negative Stimmungen einen stärkeren Eindruck hinterlassen als positive und dass negative Emotionen besser in Erinnerung bleiben. In Anlehnung an diese Erkenntnisse fiel die Entscheidung, einen Fokus auf eine negative Thematik und negative Emotionen zu setzen.

8.1 I – Methode

Zusätzlich zu den in Kapitel 7 vorgestellten Elementen wurden in der Pilotstudie einige Felder zur freien Texteingabe verwendet. Diese Methode hatte sich in einer Vorstudie als hilfreich erwiesen, um zusätzliche Informationen über die emotionalen Reaktionen der Proband*innen zu gewinnen. Hinzu kommt die Funktion, vom „eigentlichen“ Inhalt der Erhebung abzulenken, damit die Versuchspersonen nicht zu sehr im Sinne der (vermeintlichen) sozialen Erwünschtheit antworten. Zudem sollten einige zusätzliche Fragen nach der Verständlichkeit des Textmaterials und weiteren Texteigenschaften sowie zu den Lese- und Informationsgewohnheiten der Versuchspersonen dazu dienen, über zusätzliche Faktoren, die beim Lesen eine Rolle spielen, Erkenntnisse zu gewinnen. Diese allerdings werden nicht im Rahmen dieser Dissertation ausgewertet und waren insgesamt mehr explorativer Natur.

8.1.1 I – Stichprobe

Die Verbreitung des Fragebogens erfolgte über das Internet, hauptsächlich über soziale Medien oder per E-Mail. Insgesamt haben 117 Versuchspersonen den Fragebogen komplett ausgefüllt, darunter 78 Frauen und 38 Männer. Eine Person hatte bei der Abfrage des Geschlechts „keine Angabe“ ausgewählt, konnte also bei den Analysen geschlechtsspezifischer Unterschiede nicht berücksichtigt werden.

Der Altersmittelwert liegt bei 25.54 mit einer Standardabweichung von 10.38, was die größtenteils studentische Stichprobe widerspiegelt. Das Alter der Versuchspersonen bewegt sich insgesamt in der Spannweite zwischen 15 und 62 Jahren.

8.1.2 I – Material

Nach einer Begrüßung wurden die Versuchspersonen in dieser Studie in dem Fragebogen zunächst gebeten, ihre derzeitige Stimmung kurz in ein Feld mit freier Texteingabe zu schreiben. Es folgte eine kurze Leseanleitung mit der Bitte, den folgenden Text in Ruhe zu lesen, danach dann auf einer neuen Seite der randomisiert zugeweilte Text. Nachdem die Versuchspersonen den Text gelesen hatten und auf den „weiter“-Button klickten, wurde ihnen ein kleines Feld für eine freie Texteingabe angezeigt. Hier sollten sie

spontan und ohne großartigen Fokus auf Form oder Ausführlichkeit ihren emotionalen Eindruck aufschreiben. Hierauf folgten die Fragen der M-DAS. Im Anschluss daran wurden jeweils zugeordnet zu den verschiedenen Texten spezifische Blöcke mit textbezogenen Fragen gestellt, die auf Bekanntheit, Verständnis und persönliche Einschätzung der Texte abzielten. Schließlich folgten demographische Fragen und die Fragen zu Texteigenschaften, persönlichen Lesegewohnheiten und bevorzugten Wegen der Emotionsbeschaffung, bevor schließlich die Studierenden unter den Versuchspersonen die Möglichkeit hatten, einen Code zu erstellen, mit dem sie auf anonymem Weg Versuchspersonenstunden für die Teilnahme an der Erhebung erhalten konnten. Mit einer Danksagung wurde der Fragebogen dann abgeschlossen. Der vollständige Fragebogen findet sich im Anhang in Kapitel A.1.

8.1.3 I – Stimulusmaterial

In dieser Studie wurden vier verschiedene Texte als Stimulusmaterial verwendet, zwei Zeitungstexte und zwei literarische Texte. Diese gleichmäßige Verteilung wurde gewählt, damit bei den gemeinsamen Analysen, bei denen später die Kategorien *sachlich* versus *emotional* gebildet werden sollen, keine Verzerrungen durch ein Ungleichgewicht an Textarten entsteht. Bei den Zeitungstexten handelte es sich um zwei Texte, die den Terroranschlag von Brüssel zum Thema hatten.

Der stark emotionalisierte Text trägt den Titel *Der Bomben-Horror von Brüssel* und den bereits stark emotionalisierenden Untertitel *Zwillingsmutter starb am Check-in* (BILD.de, 2016). Der Text stammt aus der BILD-Zeitung und in ihm finden sich viele emotionalisierende Textelemente, beispielsweise Formulierungen wie „rissen mit Anschlägen in Brüssel 34 Menschen in den Tod“, „kriegsähnliche Zustände“ oder „Sehr ernste Bedrohung“ (BILD.de, 2016). Außerdem wird das persönliche Schicksal einer Getöteten stark in den Fokus gerückt: Erzählt wird die Geschichte einer jungen Mutter, die mit ihrer Familie am Flughafen wartete, als die Bombe zündete. Durch einen Zufall wurden ihr Ehemann und ihre kleinen Töchter gerettet, während sie selbst der Explosion zum Opfer fiel. Die Namen der Betroffenen, das Alter der Kinder sowie Teile der persönlichen Geschichte wird genannt und es wird ein Zitat von der Facebook-Seite des Bruders der jungen Frau zitiert. So wird neben den beschriebenen Emotionen an der Textoberfläche auch inhaltlich dafür gesorgt, dass der Text ein großes emotionales Potenzial

hat.

Der sachliche Zeitungstext stammt aus der Süddeutschen Zeitung und ist mit *Was wir über die Anschläge wissen* überschrieben (Mokosch, 2016). Hier werden Fakten und Rahmendaten zu dem Anschlag in nüchterner Weise geschildert, wobei verschiedene Quellen zitiert werden, beispielsweise Politiker und Nachrichtenstationen. Im Text werden einige Leitfragen präsentiert, etwa *Waren es Terroranschläge?* oder *Wie ist die Lage aktuell?*, die dann mit deutlichem Fokus auf Fakten beantwortet werden. Unter weitgehendem Verzicht auf emotionale Adjektive Metaphern oder andere emotionalisierende Stilmittel betont der Text, dass noch nicht alle Informationen über den Anschlag bekannt sind. Er enthält vorsichtige, aber korrekte Formulierungen wie die von „mutmaßlichen Tätern“ (Mokosch, 2016) und endet schließlich mit dem Hinweis, dass die Polizei darum bittet, die Straßen zum Flughafen frei zu halten, damit Helfende schnell zum Ort des Geschehens gelangen können. Obwohl also auch dieser Text ein sehr emotionales Ereignis zum Inhalt hat, zeigt sich deutlich das Bemühen, weder an der Textoberfläche noch inhaltlich stark zu emotionalisieren, denn der Fokus liegt deutlich auf dem informativen Gehalt.

Die literarischen Texte sind von sehr unterschiedlichem Format, verwendet wurden eine Kurzgeschichte mit dem Titel „Das Brot“ von Wolfgang Borchert und das Gedicht *Schtzngrmm* von Ernst Jandl. Beide handeln auf ihre eigene Weise vom Thema Krieg.

Das Gedicht *Schtzngrmm* wurde von Ernst Jandl mit Bezug auf seine eigenen Erlebnisse im zweiten Weltkrieg geschrieben (Jandl, 1957) und ist der literarischen Richtung des Dadaismus zuzuordnen.

Ausgewählt wurde das Gedicht mit der Intention, dass durch den Verzicht auf Worte hier nur Emotionen transportiert werden, der Text also auf seinen reinen emotionalen Gehalt reduziert ist.

Die Kurzgeschichte „Das Brot“ (Borchert, 1949) handelt von einem Ehepaar zu Kriegszeiten. Erzählt wird, wie die Ehefrau nachts von Geräuschen in der Küche aufwacht und bemerkt, dass das Bett neben ihr leer ist. Als sie den Geräuschen nachgeht, trifft sie ihren Mann in der Küche, der behauptet, er habe etwas gehört und sei nachschauen gegangen. Die Frau bemerkt Krümel auf dem Tischtuch und andere Indizien, die dafür sprechen, dass der

Ehemann sich heimlich Brot abgeschnitten hat, doch um ihn nicht bloßzustellen, sagt sie nichts. Sie tut so, als glaube sie ihm seine Aussage, liefert ihm mit der mutmaßlich gegen das Haus schlagenden Dachrinne eine bequeme Erklärung für die angeblichen Geräusche und bittet ihn, wieder schlafen zu gehen. Nach einem zeitlichen Schnitt in der Geschichte wird eine kurze Szene am nächsten Abend erzählt, in der die Frau ihrem Mann eine von ihren Brotscheiben abgibt mit der Aussage, sie vertrage das Brot nicht so gut und wolle daher selbst weniger essen.

Sprachlich ist die Kurzgeschichte sehr nüchtern gehalten. Es finden sich kaum direkt ausgesprochene Emotionen, stattdessen werden die Szenen schlicht in ihrem Ablauf erklärt. Die Sätze sind betont kurz gehalten und bis auf den Einstieg („Plötzlich wachte sie auf.“ (Borchert, 1949, S.304)) auch nicht unbedingt so aufgebaut, dass Spannung aufkommt. An der Textoberfläche finden sich hier also wenige Emotionen und die Kriegsthematik wird ebenfalls nicht direkt angesprochen, sondern vielmehr durch die Textkonstruktion und die Situation des Ehepaares angedeutet. Zusammenfassend lässt sich außerdem sagen, dass im Grunde nicht viel geschieht in dieser Geschichte, es wird einfach ein Ausschnitt aus dem Leben zweier Menschen erzählt. Wegen dieser sachlich-nüchternen Textoberfläche, die explizite Emotionsnennung ebenso vermeidet wie den Einsatz von Metaphern und anderen emotionalisierenden Elementen wurde dieser Text als eher sachlich orientiert eingeordnet. Wie bereits bei den Zeitungstexten ist hier kein *absolut* sachlicher Text gegeben, da die Thematik an sich schon Emotionen hervorruft, doch lässt sich im Kontrast zu dem verwendeten Gedicht, bei dem zugunsten der Emotionen sozusagen weitgehend auf wörtliche Nennung des Inhaltes verzichtet wurde, ein deutlicher Unterschied in der Emotionalisierung ausmachen.

Die Verteilung der Stimulustexte war durch die automatisierte Zuordnung innerhalb des Fragebogens relativ gleichmäßig: 30 Personen lasen die Kurzgeschichte, 28 das Gedicht, 35 haben den emotionalen und 22 den sachlichen Zeitungsartikel gelesen. Alle Texte sind vollständig im Anhang in Kapitel A.2 zu finden.

8.1.4 I – Ablauf

Da die Studie im Onlineformat durchgeführt wurde, zog sich der Erhebungszeitraum über einen relativ langen Zeitraum: Der Fragebogen war vom

09.06.2016 bis zum 22.06.2016 freigeschaltet. Der Link zum Fragebogen wurde in dieser Zeit mehrfach über soziale Medien und E-Mail-Listen geteilt.

8.2 I – Ergebnisse

Für diese Studie wurden sind nur die Hypothesen eins bis drei relevant und wurden entsprechend überprüft. Hier wird also die Ergriffenheit als Reaktion auf die Texte, die von Männern und Frauen berichtet wurde verglichen – als Gesamtwert und im Vergleich der Emotionalisierungsstrategien. Außerdem werden geschlechtertypische Textarten verglichen, also in dieser Studie der Vergleich zwischen literarischen Texten und Zeitungstexten. Zum Schluss werden noch die geschlechtsspezifischen Emotionen Angst und Trauer, sowie Wut und Verachtung analysiert.

8.2.1 I – Ergriffenheit

Die Hypothese lautete hier, dass Frauen mehr Ergriffenheit zeigen, und zwar allgemein als Reaktion auf alle Texte und im Besonderen auf die emotionalisierten Texte. Für einen allgemeinen Überblick über die Ergebnisse in Bezug auf die Emotion *Ergriffenheit* wurde zunächst ein Vergleich zwischen Frauen und Männern gerechnet, der die Reaktionen auf alle Texte aller Textarten beinhaltet. Hier zeigte sich in einem t-Test für unabhängige Stichproben ein Unterschied in den Mittelwerten, denn Frauen ($M = 7.71$; $SD = 3.38$) berichteten von einer stärkeren insgesamten Ergriffenheit als Männer ($M = 6.55$; $SD = 3.1$). Für diesen Unterschied zeigt sich ein kleiner Effekt ($t(106) = 1.75$, $p = .041$, $d = 0.35$).

Im nächsten Schritt sollte überprüft werden, ob, wie es der Hypothese gemäß zu erwarten wäre, die stärkere Ergriffenheit der Frauen verstärkt bei emotionalen Texten auftritt. Dazu wurden zwei neue Variablen, jeweils für emotionale und sachliche Texte gebildet, indem aus den entsprechenden Texten beider Textarten Mittelwerte errechnet wurden. So konnten dann die emotionalen und die sachlichen Texte jeweils einzeln hinsichtlich der Ergriffenheit analysiert werden. Der aus dem Dada-Gedicht und dem emotionalen Zeitungsartikel errechnete Wert für emotionale Texte zeigte im t-Test signifikante Geschlechterunterschiede: Frauen zeigten sich deutlich ergriffener (vgl. Tabelle 8.1). Die Effektstärke liegt für die emotionalen Texte mit $d =$

0.645 im mittleren Bereich.

Tabelle 8.1: *I: Ergriffenheit bei emotionalen Texten*

	emotionaler Text	sachlicher Text
Frauen	$M = 7.63; SD = 3.73$	$M = 7.83; SD = 2.88$
Männer	$M = 5.21; SD = 2.2$	$M = 7.89; SD = 3.33$
	$t(84) = 2.62; p = .002$	$t(34.6) = -0.07; p = .471$

Für die Kategorie der sachlichen Texte wurden dann die Kurzgeschichte und der sachliche Zeitungsartikel kombiniert, wie erwartet zeigte sich hier kein signifikanter Unterschied in dem Ausmaß, in dem Männer und Frauen Ergriffenheit berichteten (vgl. Tabelle 8.1).

8.2.2 I – Geschlechtertypische Textarten

Die Erwartung in Bezug auf die geschlechtertypischen Textarten war, dass Männer mehr Interesse an den Zeitungstexten zeigen, während Frauen stärker an literarischen Texten interessiert sind.

Für diese Analyse wurden die Daten zunächst nach Textart aufgeteilt: Die Kurzgeschichte und das Gedicht wurden in die Kategorie *Literatur* eingeordnet, die beiden journalistischen Texte unter *Zeitung* zusammengefasst. Berechnet wurden die Geschlechterunterschiede für die M-DAS Emotion *Interesse* mit Hilfe eines t-Tests für unabhängige Stichproben und der Vergleich zeigt für die literarischen Texte einen kleinen, aber nicht signifikante Effekt ($d = 0.258$). Bei den Zeitungstexten findet sich zwar ein signifikanter Unterschied, allerdings nicht in die erwartete Richtung: Die eher als männlich verorteten Zeitungstexte erweckten in dieser Studie signifikant mehr Interesse bei den Frauen als bei den Männern (vgl. Tabelle 8.2)¹.

Tabelle 8.2: *I: Interesse im Textartenvergleich*

	Literarischer Text	Zeitungstext
Frauen	$M = 8.0; SD = 3.26$	$M = 9.58; SD = 2.56$
Männer	$M = 7.11; SD = 3.32$	$M = 8.32; SD = 2.63$
	$t(53) = 0.94; p = .175$	$t(53) = 1.73; p = .045$

¹Die Datenanalyse durch SPSS bietet nicht die Möglichkeit, innerhalb eines t-Tests gerichtete Hypothesen (also einseitig) zu testen, daher wurden in allen Berechnungen dieser Arbeit die Signifikanzwerte von Analysen in t-Tests in Bezug auf gerichtete Hypothesen halbiert.

Für die Zeitungstexte ergibt sich in Bezug auf Interesse mit $d=0.488$ ein kleiner, signifikanter Effekt.

8.2.3 I – Geschlechtsspezifische Emotionen

Für die Analyse der Unterschiede bei den als geschlechtsspezifisch eingestuft-ten Emotionen Trauer und Angst sowie Wut und Verachtung wurden alle Texte insgesamt betrachtet, also nicht aufgeteilt nach Textart oder Emotionalisierungsstrategie. Die Analysen wurden mit Hilfe von t-Tests für unabhängige Stichproben durchgeführt.

Die beiden weiblich konnotierten Emotionen *Trauer* und *Angst* zeigen signifikante Geschlechterunterschiede (vgl. Tabelle 8.3), hier liegt die Effektstärke im kleinen Bereich: Angst $d=0.361$ und Trauer $d=0.348$.

Tabelle 8.3: I: Weiblich konnotierte Emotionen

	Angst	Trauer
Frauen	$M = 7.51; SD = 3.77$	$M = 7.88; SD = 3.13$
Männer	$M = 6.18; SD = 3.51$	$M = 6.79; SD = 3.13$
	$t(114) = 1.82; p = .036$	$t(111) = 1.75; p = .042$

Die männlich konnotierte Emotion *Verachtung* zeigte ebenso wie die *Wut* keine signifikanten Geschlechterunterschiede (vgl. Tabelle 8.4).

Tabelle 8.4: I: Männlich konnotierte Emotionen

	Wut	Verachtung
Frauen	$M = 9.05; SD = 4.25$	$M = 7.6; SD = 3.34$
Männer	$M = 8.11; SD = 4.67$	$M = 7.28; SD = 3.32$
	$t(111) = 1.07; p = .142$	$t(104) = 0.471; p = .319$

Besonders interessant ist hier, dass die umstrittene Emotion *Wut* deskriptiv einen höheren Mittelwert bei den Frauen aufweist als bei den Männern, hier liegt ein kleiner Effekt vor ($d = 0.203$). Dieser Unterschied findet sich zwar auch bei den Mittelwerten für *Verachtung*, allerdings nur in sehr geringem Ausmaß ($d = 0.092$).

8.3 I – Diskussion

Zunächst wird in dieser kurzen Diskussion allgemein ein bewertender Blick auf die Ergebnisse dieser Studie geworfen, bevor im Anschluss die drei zentralen Fragestellungen einzeln beleuchtet werden. In ihrer Eigenschaft als erste und grundlegende Studie für diese Dissertation sind Ablauf und Inhalt in diesem Fall besonders interessant für die Konzeption der weiteren empirischen Erhebungen.

Rückblickend erwies sich die Wahl des Stimulusmaterials in dieser Studie als nicht optimal. Durch die Struktur des Dada-Gedichts berichteten mehrere Versuchspersonen von dem Eindruck, der Fragebogen sei an der Stelle, an der der Text eingeblendet wurde *kaputt*, sodass der Text auf der Seite nicht richtig geladen werden konnte. Deshalb wurde der Fragebogen von einigen abgebrochen oder neu gestartet. Diese Erkenntnisse konnten aufgrund der im Ablauf beschriebenen zusätzlichen inhaltlichen Fragen zu den einzelnen Texten gewonnen werden. Die anderen Texte riefen keine derartigen Irritationen hervor. Von denjenigen Versuchspersonen, die das Gedicht dann doch gelesen hatten, berichteten einige in der nach dem Emotionsfragebogen erfolgenden Freitextabfrage zum inhaltlichen Verständnis von Irritationen in Bezug auf das Textmaterial. Wenige erkannten den Kontext, die meisten gaben an, das Gedicht gar nicht als solches erkannt und auch nicht verstanden zu haben. Interessanterweise scheint die Emotionsvermittlung aber dennoch funktioniert zu haben, wie der Blick auf die zum Großteil signifikanten Daten zeigt.

Dennoch sollte für weitere Studien darauf geachtet werden, eine stärkere Vergleichbarkeit innerhalb der einzelnen Textarten herzustellen. Der Unterschied zwischen einem Gedicht und einer Kurzgeschichte allein wäre schon geeignet, Verzerrungen in der emotionalen Reaktion hervorzurufen, weil Gedichte eine stärker weiblich konnotierte Textart sind (Charlton et al., 2004). In der Kategorie der literarischen Texte wäre es also sinnvoller, zwei Texte derselben Gattung zu vergleichen und diese im Hinblick auf die Emotionalisierungsstrategie auszuwählen.

Ein weiterer Faktor, der die gesamte Studie beeinflusst haben könnte, liegt in dem gewählten Gesamtthema. Zwar wurden alle Texte aus dem über-

geordneten Themenbereich *Krieg und Terror* gewählt, doch die Aktualität der Texte unterschied sich stark. Sowohl der emotionale als auch der sachliche Zeitungstext hatten einen aktuellen Bezug, sie stammten aus aktuellen Zeitungen und behandelten Themen, an die Versuchspersonen vermutlich persönliche Erinnerungen hatten. Die literarischen Texte hingegen hatten beide Vorfälle aus der Zeit des zweiten Weltkriegs zum Thema, was einerseits insgesamt geringeres Interesse und geringere emotionale Beteiligung hervorrufen könnte, da keine persönlichen Erinnerungen und Berührungspunkte vorliegen (Walton, 1990). Möglich ist auch, dass die Texte aufgrund ihres Alters stilistisch weniger ansprechend für ein jüngeres Publikum sind als aktuelle Texte. Es sollte also für die folgenden Studien unbedingt darauf geachtet werden, dass die verwendeten Texte alle derselben Epoche zuzuordnen sind.

8.3.1 I – Ergriffenheit

Frauen zeigten sich in dieser Studie wie erwartet ergriffener als Männer von den emotionalen Texten, während die sachlichen Texte beide Geschlechter gleichermaßen bewegten.

Besonders bemerkenswert sind die Ergebnisse in Bezug auf die Ergriffenheit mit einem deskriptiven Blick auf die Mittelwerte. Es ist hier nämlich nicht wie angenommen so, dass die Frauen bei der emotionalen Textkategorie besonders hohe Mittelwerte zeigen. Im Gegenteil: Beide Mittelwerte für die sachlichen Texte liegen ebenso wie der Mittelwert der Frauen für die emotionalen Texte zwischen 7.63 und 7.89. Lediglich die Ergriffenheit der Männer von den emotionalen Texten weicht hiervon ab, dieser Wert liegt mit 5.21 deutlich darunter. Männer haben hier also ausschließlich bei den Texten, die stärkere Emotionalisierungsstrategien aufweisen angegeben, deutlich weniger ergriffen zu sein. Was auf den ersten Blick wie ein Ergebnis *typisch männlichen* Lesens erscheint – Männer sind eben weniger ergriffen – lässt noch eine weitere Deutung zu: Es ist möglich, dass Männer *demonstrativ* keine Ergriffenheit zeigen *wollten*, wo sie eine vermeintlich weibliche starke Emotionalisierung erkannten. Dieses Leseerlebnis könnte im Widerspruch stehen zu dem Informations- und Bildungsorientierten Lesehabitus der Männer (Philipp, 2011). Es ist also durchaus möglich, dass internalisierte Stereotype, also ein verinnerlichtes Bild von *männlichem Lesen* beziehungsweise von Männlichkeit, die nicht in Verbindung mit starken Emotio-

nen gebracht werden möchte, hier die Ergebnisse beeinflusst haben, indem sie ihre präskriptive Wirkung entfalten (Koenig, 2018). Um diesem Faktor nachzugehen, wäre es in zukünftigen Studien interessant, zusätzlich zu den emotionalen Reaktionen auf verschiedene Textarten zu messen, wie stark die internalisierten Stereotype bei den Versuchspersonen ausgeprägt sind. So könnten bei beiden Geschlechtern die Personen mit stärkeren Stereotypen verglichen werden mit Personen mit weniger starken internalisierten Stereotypen, um eventuelle Zusammenhänge mit emotionalen Reaktionen aufzudecken.

8.3.2 I – Geschlechtertypische Textarten

Im Geschlechtervergleich zeigte sich, dass das Interesse von Männern und Frauen sich nur in Bezug auf die Zeitungstexte signifikant unterschied, hier war das Interesse der Frauen deutlich höher als das der Männer. Die literarischen Texte riefen keine signifikanten Unterschiede im Interesse hervor. Die Ursache für dieses Ergebnis könnte an der Grundannahme liegen, Zeitungstexte seien aufgrund ihres informativen Gehalts eher als sachliches, somit also als tendenziell männliches Lesen einzustufen. Bei dieser Annahme wurde vernachlässigt, dass Emotionen im Journalismus schon von Beginn an eine wichtige Rolle spielten, um Menschen für die Nachrichten und erzählten Geschichten zu interessieren und Kunden an die eigene Marke zu binden. Dieser Faktor gewinnt mit der stärkeren Konkurrenz durch die Verteilung von Nachrichten im Internet und vor allem in den sozialen Medien besonders an Gewicht (Peters, 2011). Zeitungstexte sind also auch bei dem zentralen und übergeordneten Informationsauftrag, der das Medium insgesamt ausmacht immer auch Emotionsträger und können nicht als bloße informative Sachtexte betrachtet werden (Schlimbach, 2009). Aus diesem Grund sollte unter den Texten, die in der folgenden Studie als Stimulusmaterial verwendet werden, auch „wirkliche“ Sachtexte sein, deren informativer Gehalt deutlich über dem emotionalen steht.

8.3.3 I – Geschlechtsspezifische Emotionen

Die weiblich konnotierten Emotionen *Trauer* und *Angst* zeigten wie erwartet signifikant höhere Werte bei den weiblichen Probandinnen. Die männlich konnotierten Emotionen wiesen zwar keine signifikanten Unterschiede auf,

es zeigte sich allerdings deskriptiv, dass in beiden Fällen – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – die Frauen im Mittel höhere Werte als die Männer hatten.

Für die Emotion *Verachtung* lässt sich dieser Effekt eventuell durch die Inhalte der Texte erklären: Beide Zeitungstexte thematisierten Terroranschläge – ein Thema, das grundsätzlich geeignet ist, sowohl in männlichen als auch in weiblichen Versuchspersonen Verachtung hervorzurufen. Schließlich gibt es bei solchen Vorfällen immer Personen, die das geschilderte Leid verursacht haben, was geeignet ist, bei den meisten Menschen im Allgemeinen Verachtung in Bezug auf die Handlung des Anschlags an sich hervorzurufen (Robertz & Kahr, 2016).

Allerdings könnten auch andere textseitige Faktoren die Reaktionen beeinflusst haben. Der literarische Text *Das Brot* ist hier besonders mit Blick auf die M-DAS-Items zu dieser Emotion interessant: Neben der Verachtung selbst finden sich hier noch *Geringschätzung* und *Spott*, die beide weniger stark negativ wirken als die Verachtung, sich allerdings leicht auf die Beziehungsebene der Kurzgeschichte beziehen lassen: Einem Ehemann, der sich heimlich nachts in die Küche schleicht, um Brot zu essen und einer Ehefrau, die genau weiß, was dort geschieht, jedoch unfähig ist, die Problematik direkt anzusprechen, könnten die Lesenden dieser Kurzgeschichte leicht mit Spott oder Geringschätzung begegnen. Zudem könnte die Partnerschaftsthematik an sich einen Einfluss gehabt haben, denn das Benehmen des Ehemannes in dieser Geschichte kann leicht als nicht anständig beurteilt werden. Anstatt sein Problem – den Hunger – zu thematisieren und mit seiner Frau offen und ehrlich darüber zu sprechen, schleicht er sich heimlich in die Küche, um zu essen. Dies könnte vor allem bei den Frauen Verachtung ausgelöst haben, da sie möglicherweise in dieser Geschichte die weibliche Perspektive einnehmen und das Gefühl haben, die Ehefrau werde von ihrem Mann hintergangen und mache es ihm zu leicht, „damit davonzukommen“. Außerdem sind Frauen für Emotionen, die mit zwischenmenschlichen Beziehungen zusammenhängen, besonders sensibel (Brody et al., 2016) und könnten daher hier stärker reagiert haben.

Die Forschungslage zu der Emotion *Wut* machte diese Emotion für die Untersuchung besonders interessant, da die Befunde hier nicht einheitlich sind

und Erleben sowie Ausdruck von Emotion auch stark kontextabhängig sind. In dieser Studie zeigten sich in den Mittelwerten (wenn auch nicht signifikante) Unterschiede zu Gunsten der Frauen.

Hier spielt der Kontext der Situation eine große Rolle, da Frauen ihre Wut stärker ausdrücken, wenn die entsprechende Situation einen zwischenmenschlichen Aspekt hat oder Menschen involviert sind, die ihnen nahe stehen (Brody et al., 2016). Allein aufgrund der Thematik „Terror“ haben die Zeitungstexte bereits einen zwischenmenschlichen Aspekt. Somit ist es möglich, dass hier grundsätzlich eine stärkere emotionale Reaktion und Äußerung der Wut durch die Frauen mit der Wahl der Thematik des Stimulusmaterials begründet werden kann. Mit Blick auf die Kurzgeschichte könnte hier der inhaltliche Faktor ähnlich wie bei der Verachtung eine Rolle gespielt haben: Frauen könnten schlichtweg wütend sein auf den Ehemann, der Dinge verheimlicht und auch nach langjähriger Ehe nicht in der Lage ist, mit seiner Frau über seinen Hunger zu sprechen.

Da in Bezug auf die geschlechtsspezifischen Emotionen verschiedene Faktoren einen Einfluss vor allem auf die männlich konnotierten Emotionen Wut und Verachtung gehabt haben könnten, erschien es ratsam, in der nächsten Studie nicht all diese Faktoren gleichzeitig zu ändern. Um den Einfluss der Thematik und des zwischenmenschlichen Aspektes besser eingrenzen zu können, sollte also in der nächsten Studie zunächst nur aktuelles Textmaterial, allerdings zur gleichen Thematik verwendet werden.

9 Studie II: Emotionale Reaktion und Berücksichtigung von Stereotypen

Basierend auf den Ergebnissen der ersten Studie und den durch die Diskussion dieser angeregten Recherchen wurde die zweite Studie konzipiert. Da allerdings das Ziel war, alle Studien dieser Dissertation miteinander vergleichen zu können, sollte das Konzept hier nicht völlig neu aufgebaut werden. Somit werden auch Hypothesen, die nicht bestätigt wurden, unverändert mit in die zweite Studie übernommen, allerdings durch zusätzliche Fragestellungen ergänzt.

9.1 II Methode

In dieser zweiten Datenerhebung wurde mit einer größeren Anzahl an verschiedenen Textarten gearbeitet, da bei der Durchführung und Auswertung der Daten aus der ersten Studie klar wurde, dass hier mehr Variation sinnvoll wäre. Zu den literarischen Texten und den Zeitungstexten wurden Social Media-Postings und ein Sachtext hinzugenommen. Mit den Social Media-Postings sollte eine Textart Beachtung finden, die dem gewandelten Nutzungsverhalten und der modernen Medienwelt der Rezipierenden von Rechnung tragen soll. Ziel der Verwendung des Sachtextes als Stimulusmaterial war es, eine per definitionem sachliche Textart hinzuzunehmen, deren Stil noch sachlicher und informativer gestaltet ist als bei den anderen Texten. Da sich in der ersten Studie und vor allem bei weiteren Recherchen deutlich gezeigt hatte, dass selbst sachliche Zeitungstexte nicht als reine Sachtext-

te zu betrachten sind, sollte in dem hier gewählten Text das Ausmaß der Emotionalisierung noch einmal reduziert werden.

9.1.1 II – Stichprobe

Von den insgesamt 278 Teilnehmenden sind 195 Frauen und 81 Männer, zwei Versuchspersonen gaben „sonstiges“ als Geschlecht an. Auf die Frage nach dem sozialen Geschlecht (gender) wurden weitgehend dieselben Antworten gegeben wie auf die Frage nach dem biologischen Geschlecht (sex), lediglich zwei der Versuchspersonen, die angaben, eine biologische Frau zu sein, gaben bei dem sozialen Geschlecht „männlich“ an, drei Personen ordneten sich als nicht-binär ein und eine weitere Person gab auch beim sozialen Geschlecht „sonstiges“ an. Aufgrund dieser geringen Abweichungen zwischen biologischem und sozialem Geschlecht wird in den folgenden Untersuchungen kein Unterschied zwischen beiden Konstrukten gemacht.

Die Altersspanne der Teilnehmenden liegt zwischen 13 und 65 Jahren, mit einem Mittelwert von 29,97 Jahren ($SD=11.85$). Unter den Versuchspersonen sind 100 Angestellte, 93 Studierende, 22 Arbeiter*innen, 19 Schüler*innen, 6 Arbeitssuchende und 6 Hausfrauen bzw. -männer sowie 3 Rentner*innen. 28 Personen gaben bei der Frage nach der derzeitigen Beschäftigung „Sonstiges“ an, eine Person beantwortete diese Frage gar nicht.

9.1.2 II – Material

Nach einer kurzen Begrüßung und einigen knapp gehaltenen Fragen in Bezug auf die grundlegende Stimmung der Teilnehmenden folgten wie schon in der ersten Studie die Instruktionen zu dem sich anschließenden Textmaterial. Wieder wurden die Teilnehmenden gebeten, den Text vollständig und in Ruhe zu lesen und sich dabei so viel Zeit zu nehmen, wie sie persönlich benötigen, bevor sie den Fragebogen weiter bearbeiten. Im Anschluss wurden die zufällig zugewiesenen Texte als Stimulusmaterial präsentiert, direkt gefolgt von dem M-DAS-Fragebogen zur Emotionsabfrage. Es folgten einige Fragen über Lesegewohnheiten, deren Auswertung nicht Teil dieser Dissertation sind und ein Block an Fragen mit Bezug auf internalisierte Stereotype. Zum Schluss folgten auch hier die soziodemographischen Fragen und abschließend eine Codeabfrage zur Zuordnung von Versuchspersonenstunden sowie eine Danksagung.

II – Stimulusmaterial

Sieben verschiedene Texte wurden als Stimulusmaterial verwendet: Zwei literarische Texte, zwei Zeitungsartikel, zwei Social Media-Postings und ein Sachtext. Als übergreifendes Thema für alle Texte wurden in Anlehnung an die erste Studie Terror und terroristische Anschläge gewählt, da auch hier der Wunsch nach der „Suche nach dem „Bösen“, der aus niederen Beweggründen Unschuldige verletzt oder getötet und Familien auseinandergerissen hat“ (Robertz & Kahr, 2016, S.3) geeignet scheint, alle Menschen gleichermaßen zu emotional zu bewegen. Es wurde darauf geachtet, dass alle Texte etwa aus demselben Zeitraum stammten und auch sonst thematisch größere Parallelen aufwiesen, als es in der ersten Studie der Fall war, um hier störende Effekte zu vermeiden.

Zusätzlich zu den eher „konventionellen“ Textarten wurden in diesem Versuchsaufbau Social Media-Artikel verwendet, weil diese Textart immer mehr an Relevanz für das alltägliche Leben gewinnt. Menschen nutzen soziale Medien zur Informationsbeschaffung, zum Pflegen sozialer Kontakte, aber auch zur Meinungsbildung. Aufgrund ihrer Struktur und der Unmittelbarkeit, mit der sie von der schreibenden zur lesenden Person gelangen, handelt es sich hierbei um eine eigene Textart – selbst, wenn mittlerweile häufig eine Journalismus-ähnliche Verarbeitung stattfindet (Kahr, 2016).

Die Texte wurden paarweise so gewählt, dass aus jeder Textart jeweils ein stärker emotionalisierter und ein eher sachlicher Text vertreten waren - mit Ausnahme des Sachtextes, der von seiner Natur her bereits nicht stark emotionalisiert sein kann. Basierend auf den Erfahrungen aus der Pilotstudie wurden die Texte für diese Studie stärker gekürzt, um die individuelle Leszeit zu verkürzen und eine geringere Abbruchrate zu erreichen.

Der sachliche Zeitungsartikel stammt aus dem „Fokus“ (Focus.de, 2017) und in ihm werden die Vorgänge um eine Terrorwarnung in München beschrieben, wobei der Schwerpunkt des Artikels klar auf Fakten und konkreten Hinweisen liegt. Es wird auf emotionalisierende Sprache wie Metaphern oder Übertreibungen verzichtet. Außerdem sind keine persönlichen Informationen enthalten, keine Einzelschicksale oder Beschreibungen von Details. Die Gefahr wird zwar genau beschrieben und es wird betont, dass die Polizei

diese ernst nimmt und entsprechend handelt. Zudem werden Informationen darüber gegeben, dass die Ermittler davon ausgehen, dass es sich um islamistische Täter handelt.

Der emotionalere Zeitungsartikel stammte aus der „Frankfurter Rundschau“. Er nimmt den Terroranschlag in Stockholm zum Anlass, allgemein über Terror und die emotionale Situation in der Redaktion nach einem Anschlag zu schreiben. Sätze wie „Niemand ist sicher, nirgendwo auf der Welt.“ (Widmann, 2017) und Formulierungen wie „Gefühl absoluter Hilflosigkeit“, die Betonung „schwer bewaffnete Polizei durchstreift die Stadt“ (Widmann, 2017) zielen deutlich auf die Emotionalisierung der Lesenden. Obwohl der Text eigentlich einen Anschlag zum Thema zu haben scheint, besteht ein Großteil des tatsächlichen Inhaltes daraus, die Hilflosigkeit und Fassungslosigkeit der Mitarbeitenden in der Redaktion zu beschreiben, sodass neben der Textebene auch die inhaltliche Ebene besonders stark emotionalisiert ist.

Aus diesem Grund wurde dieser Text auch ausgewählt, obwohl er im Gegensatz zu dem sachlichen Text (bei dem lediglich eine Terrorwarnung im Zentrum steht) einen realen Anschlag zum Anlass hat: Der Anschlag selbst wird im Text kaum beschrieben und der Fokus liegt hier auf den Gefühlen und Gedanken der Menschen in der Redaktion und nicht auf dem tatsächlichen Anschlag.

Bei den literarischen Texten handelt es sich um Kurzgeschichten von unbekanntem Autor*innen, die von der Online-Plattform „Wattpad“ stammen. Sie wurden gewählt, um zu vermeiden, dass die Versuchspersonen die Geschichten bereits kennen und somit Emotionen von früheren Leseerlebnissen mit in die Erhebung einfließen. Gleichzeitig ermöglicht dieser direkte Zugang zu durch Autor*innen veröffentlichte Kurzgeschichten es, aktuellere Texte auszuwählen, während „traditioneller“ publizierte Kurzgeschichten durch die Abläufe in einem Verlag häufig erst mit Verzögerung erscheinen. Der emotionalere Text erzählt einen kurzen Ausschnitt an Erlebnissen nach einem fiktiven Terroranschlag, in dem die Protagonistin von ihrer besorgten und ängstlichen Mutter auf dem Handy angerufen wird. Bereits im ersten Abschnitt zeigt die Formulierung „schreit sie panisch in den Hörer“ (Minire91, 2017), dass in der Geschichte die Emotionen der Lesenden angesprochen werden sollen. In der Folge setzt sich dies fort mit „rasenden Gedanken“, „Mamas angsterfüllte Stimme“, „große, hässliche Fleischwunde“

oder „deren Weinen herzerreißender nicht sein könnte“ (Minire91, 2017). Neben diesen Elementen an der Textoberfläche wird auch inhaltlich Emotion hervorgerufen, indem die Protagonistin ihren eigenen Schockzustand durch sich Übergeben und Desorientiertheit zeigt. In diesem Text werden also zahlreiche Emotionen in mehreren Ebenen erzeugt.

Die sachliche Geschichte hingegen ist stilistisch nüchterner gehalten, obwohl sie von fiktiven Bombendrohungen spricht und in Syrien spielt. Hier erzählt ein syrisches Mädchen von ihrem Täglichen Leben, allerdings ohne emotionalisierende Sprache, ohne inhaltliche Details und ohne die detaillierte Beschreibung von Verletzungen. Sie beschreibt schlicht ihr Leben und Sätze wie „Obwohl es für uns eine Last ist, eine kleine Hütte mit 6 Leuten zu teilen, helfen wir uns gegenseitig“ (Rajaaaaae, 2017) legen nahe, dass eine inhaltliche Ausgewogenheit angestrebt wird. Selbst, als sie erzählt, dass ihr Vater aufgrund seiner Tätigkeit als Arzt von Terroristen verhört wird, erfolgen bis auf den Ausdruck „eiskalt“ keine emotionalen Ausdrücke oder weitere Details und die Situation wird mit der Flucht des Vaters und dem damit verbundenen Verlust des Visums beendet. Lediglich der letzte Satz fällt hier auf, denn hier ist von „Angst im Herzen“ (Rajaaaaae, 2017) die Rede, doch auch das in einer Weise, die eher nüchtern-beschreibend wirkt und die Lebenssituation der Familie beschreibt.

Da es bei einem solchen Thema nicht einfach ist, überhaupt Texte zu finden, die eher sachlich mit der Thematik umgehen – zumal, wenn sie noch dazu literarisch und von unbekanntem Autor*innen sein sollen – wurde trotz dieses etwas emotionaleren Schlusses die Entscheidung gefällt, den Text zu verwenden. Diese Entscheidung fiel letztendlich auch, weil der restliche Text eine so nüchterne Sprachoberfläche aufwies, wie sie bei zur Verfügung stehenden Alternativtexten nicht zu finden war.

Die Dichotomie zwischen sachlichem und emotionalem Text wurde auch bei der Auswahl der Social Media-Postings gewählt, wobei hier in beiden Texten leichte Hinweise zu finden sind, dass es sich um Auszüge aus sozialen Medien handelt. In dem sachlichen Posting gibt die Münchner Polizei Sicherheitshinweise angesichts eines möglichen Terroranschlags (München, 2017). Die wichtigen Informationen sind in sachlichem, beruhigendem Ton verfasst und offensichtlich darauf ausgelegt, über die Gefahr zu informieren und dennoch das Aufkommen von Panik zu vermeiden. An keiner Stelle wird gemutmaßt

oder spekuliert und es werden lediglich Fakten genannt, beispielsweise die Sperrung der Bahnhöfe. Am Ende des Textes finden sich zwei Ergänzungen, die mit den Uhrzeitangaben 4 Uhr und 4:45 Uhr versehen sind. Diese berichten, dass die Bahnhöfe wieder angefahren werden und schließen damit, dass glücklicherweise in dieser Nacht nichts geschehen ist. Das Posting schließt mit der Beteuerung, bei Veränderungen der Lage die Lesenden wieder zu informieren und wünscht allen eine gute Nacht.

Das emotionale Posting stammt von einer Politikerin, die dem rechtskonservativen Spektrum zuzuordnen ist. Der Text wurde allerdings anonymisiert, um zu vermeiden, dass politische Meinungen die Ergebnisse beeinflussen. In ihrem Posting schreibt die Politikerin über einen Terroranschlag und über ihre Empfindung, dass die allgemeine Sicherheit in Deutschland immer stärker beeinträchtigt ist. Dabei ist die Wortwahl betont beunruhigend, es wird eine subjektive Bedrohung plastisch und wortreich beschrieben, unter Einsatz von zahlreichen Ausrufezeichen. Formulierungen wie „herunterzuspielen versuchen“ und „traurige Wahrheit“, „drohende Gefahr“ und „innere Sicherheit völlig aufgegeben“ (Petry, 2017) wird ein beunruhigendes Szenario gezeichnet, das den Eindruck einer allgegenwärtigen Gefahr erweckt. Es wird behauptet „Wut und Trauer wechseln sich ab!“ (Petry, 2017). Neben diesen Elementen an der Textoberfläche sind es hier aber auch inhaltliche Bausteine, die die Emotionen hervorrufen, denn es finden sich immer wieder Lücken, Aspekte, die nicht explizit genannt werden. Angedeutet werden Fehler von Veranstaltern und Regierung, die jedoch nicht weiter ausgeführt werden und zusammen mit den explizit angesprochenen Elementen geeignet sind, Lesende in starkem Maß zu emotionalisieren.

Als Sachtext wurde ein Wikipedia-Artikel gewählt, der die Vorfälle und Informationen zu einem Terroranschlag zusammenfasst, die Abläufe im Vorfeld wiedergibt und sich dabei auf das Wesentliche beschränkt (Wikipedia, 2017). Ermittlungserkenntnisse werden zwar wiedergegeben, doch durch die Betonung der Fakten und die Nennung von Uhrzeiten sowie Maßangaben (Gewicht des LKW, Länge der Fahrt) erweckt dieser Text einen insgesamt sehr sachlichen Anschein. Eventuelle Opfer des Anschlags werden nicht erwähnt. Auch in diesem Text wurden die Namen und genauen Daten anonymisiert, sodass sich die Lesenden auf den Stil und die Information konzentrieren konnten, ohne von persönlichen Erinnerungen an den konkreten Tag, an

dem sich der Anschlag zugetragen hat, abgelenkt zu werden. Obwohl sich in diesem Text durch die Wiedergabe einer SMS des Täters mit der Bitte um Gebete und die Nennung des getöteten Fahrers zwei inhaltlich emotionale Elemente finden, ist der Text doch überwiegend informativ und sachlich. Zudem werden selbst diese Elemente eingerahmt von Ermittlungserkenntnissen und dem konkreten Ablauf, sodass sie insgesamt in Bezug auf die Emotionalisierung deutlich abgeschwächt werden.

Durch die relativ große Anzahl an verschiedenen Texten, die in dieser Studie als Stimulusmaterial zum Einsatz kamen, ergaben sich zum Teil recht kleine einzelne Gruppengrößen, die genauen Zahlen sind in Tabelle 9.1 zu finden.

Tabelle 9.1: *II: Verteilung der Stimulustexte*

	Frauen	Männer
Zeitung emotional	25	14
Zeitung sachlich	30	8
Social Media emotional	27	12
Social Media sachlich	26	13
Literatur emotional	31	9
Literatur sachlich	28	13
Sachtext	28	12

II – Stereotypenfragebogen

Um zu messen, wie stark die internalisierten Geschlechterstereotypen bei den Versuchspersonen ausgeprägt sind, wurde ein kurzer Fragebogen verwendet, in Anlehnung an Moè, Meneghetti und Cadinu (2009).

Auf einer 7-stufigen Likertskala wurden die Versuchspersonen gebeten, einzuschätzen, ob Männer oder Frauen in den aufgelisteten Fähigkeiten und Alltagshandlungen besser sind. Der Fragebogen beinhaltet hier sowohl Elemente, die gezielt entwickelt wurden, um eine geschlechtstypische Einschätzung hervorzurufen als auch neutrale Elemente. In der Folge werden die präsentierten Punkte kurz aufgelistet. In Klammern dahinter ist jeweils angemerkt, ob das Item angelegt ist, um Stereotype in Bezug auf Eigenschaften von Frauen (F) oder Männern (M) zu messen. Neutrale Items bleiben un-

markiert.

- Erkennen von komplizierten Skizzen, wenn sie auf dem Kopf stehen (M)
- Erkennen von bekannten Gegenständen aus verschiedenen Perspektiven
- Nutzung von Orientierungspunkten bei der Wegfindung (M)
- Präzises Zusammenfassen eines Filmes oder eines Buches (F)
- Skizzieren einer Karte der Heimatumgebung (M)
- Kartenlesen (Landkarten, Stadtpläne) (M)
- Vorstellen von abstrakten Objekten und die Fähigkeit, diese mental zu drehen (M)
- Sicherer Umgang mit der Rechtschreibung (F)
- Erinnern von Namen, z.B. von Gästen auf einer Party (F)
- Fließendes Sprechen von mehreren Sprachen (F)
- Vergesslichkeit, z.B. Verlegen von Gegenständen (Schlüssel)
- Innerhalb einer Minute viele Wörter mit den gleichen Anfangsbuchstaben finden (F)
- Erinnern an einen Weg, der viele Abzweigungen beinhaltet (M)
- Synonyme finden (F)
- Das Wichtigste aus einem Zeitungsartikel zusammenfassen

Der Vorteil dieses Fragebogens ist einerseits sein kurzes Format, denn angesichts des Umfangs der M-DAS sollte ein Instrument gefunden werden, das den Versuchspersonen nicht zusätzlich zu viel „abverlangt“, um die Dropout-Rate so gering wie möglich zu halten. Andererseits ist der Fokus auf kognitive Fähigkeiten und Fertigkeiten als Vorteil zu betrachten, da die Abfrage allgemeiner Stereotype das Ziel war, keine Konzentration auf Emotionen.

Um mit diesem Fragebogen weiter zu arbeiten, wurden die einzelnen Items in zwei Kategorien unterteilt, woraus dann jeweils eine neue Variable gebildet wurde. Die neue Variable *weibliche Stereotype* weist mit einem Cronbachs Alpha .765 eine akzeptable Reliabilität auf, die neue Variable *männliche Stereotype* liegt mit einem Wert von .784 ebenfalls im akzeptablen Bereich.

9.1.3 II – Ablauf

Auch in dieser Studie wurde die Plattform *SoSciSurvey* für die Durchführung gewählt, da der Ablauf in der Pilotstudie hier reibungslos funktioniert hatte und die Vorteile die Nachteile bei Weitem aufwogen. Der Fragebogen war vom 06.06.17 bis zum 28.06.17 verfügbar und die Verbreitung folgte wie bereits in der ersten Studie über soziale Medien und per E-Mail.

9.2 II – Ergebnisse

In der Folge werden zunächst die Ergebnisse in Bezug auf die übergreifenden Fragestellungen der Dissertation berichtet, um danach auf die Ergebnisse in Bezug auf die Stereotype einzugehen. Zur besseren Vergleichbarkeit wird die Reihenfolge hier angelegt wie im Ergebnisteil der ersten Studie.

9.2.1 II – Ergriffenheit

Auch in dieser Studie erfolgte die Auswertung der Ergriffenheit in zwei Schritten. Um zu überprüfen, ob Frauen insgesamt von allen Texten ergriffener waren, wurde mit Hilfe eines t-Tests für unabhängige Stichproben die M-DAS-Emotion „Ergriffenheit“ analysiert. Im nächsten Schritt wurde analog dazu nach Textarten getrennt berechnet, ob die Ergriffenheit sich besonders in Bezug auf emotionale Texte unterscheidet.

Im ersten Schritt zeigten sich Frauen ($M = 8.16$; $SD = 3.13$) insgesamt ergriffener als die Männer ($M = 6.92$; $SD = 2.83$). Mit $t(239) = 2.91$ und $p = .002$ fiel dieser Unterschied signifikant aus, die Effektstärke liegt im kleinen Bereich ($d = .41$).

Für die Berechnung der Ergriffenheit im zweiten Schritt wurden hier wieder Gruppen gebildet: Die sachliche Kategorie bestand aus dem Sachtext, dem sachlichen Zeitungstext, dem sachlichen Social Media Posting und der sachlicheren Kurzgeschichte, also insgesamt vier Texten, während die emotionale Kategorie von drei Texten gebildet wurde, nämlich jeweils der emotionaleren Version des Zeitungstextes, des Social Media Postings und der Kurzgeschichte.

Hier zeigen sich rein deskriptiv in den Mittelwerten für die Ergriffenheit beider Kategorien Unterschiede, in beiden Fällen liegen die Mittelwerte der

Frauen höher als die der Männer. Signifikant wurden diese Mittelwertsunterschiede entgegen der Erwartungen allerdings nur für die sachliche Kategorie, wie sich in den Werten von Tabelle 9.2 ablesen lässt. Hier liegt die Effektstärke im kleinen Bereich mit $d = 0.44$. Aufgrund der deskriptiv erkennbaren Mittelwertsunterschiede ist auch bei den Ergebnissen der emotionalen Texte ein Blick auf die Effektstärke interessant. Mit $d=0.3$ liegt hier allerdings nur ein kleiner Effekt vor.

Tabelle 9.2: II: *Ergriffenheit*

	sachliche Texte	emotionale Texte
Frauen	$M = 7.88; SD = 3.11$	$M = 8.5; SD = 2.7$
Männer	$M = 6.55; SD = 2.83$	$M = 7.58; SD = 2.77$
	$t(137) = 2.45; p = .008$	$t(100) = 1.33; p = .093$

9.2.2 II – Geschlechtertypische Textarten

Parallel zu den Berechnungen der ersten Studie wurden hier zur Analyse zunächst Kategorien gebildet, um das Stimulusmaterial nach Textarten zusammenzufassen und durch eine Mittelwertsberechnung eine neue Variable zu bilden. Erwartet wurde, dass Frauen im Bereich der literarischen Texte ein stärkeres Interesse zeigen, während Sachtexte und Zeitungstexte mehr Interesse bei den Männern hervorrufen.

In der Tabelle 9.3 ist zu erkennen, dass sich im t-Test zwar bei allen Textarten deskriptiv Mittelwertsunterschiede im Interesse zu Gunsten der Frauen zeigen, diese allerdings nur für die Sachtexte signifikant werden. Hier zeigen Frauen signifikant mehr Interesse und es liegt mit $d=0.92$ ein großer Effekt vor.

Tabelle 9.3: II: *Interesse an den Textarten*

	Frauen	Männer	
Zeitung	$M = 8.57$ $SD = 2.77$	$M = 8.27$ $SD = 2.69$	$t(73) = 0.42$ $p = .338$
Literatur	$M = 9.36$ $SD = 2.96$	$M = 8.67$ $SD = 3.35$	$t(74) = 0.89$ $p = .19$
Social Media	$M = 9.0$ $SD = 2.37$	$M = 8.72$ $SD = 2.64$	$t(73) = 0.47$ $p = .322$
Sachtext	$M = 10.36$ $SD = 2.6$	$M = 7.92$ $SD = 2.78$	$t(35) = 2.62$ $p = .007$

9.2.3 II – Geschlechtsspezifische Emotionen

In die Analyse in Bezug auf geschlechtsspezifische Emotionen wurden alle Texte unabhängig von Textart und Emotionalisierungsstrategie einbezogen. Aufgrund der Zuordnung des Textmaterials zu dem Themenbereich Terror und Terroranschläge wurden für die folgende Analyse auch in dieser Studie entsprechend dieselben negativen Emotionen wie in der ersten Studie gewählt, also die männlich konnotierten Emotionen *Wut* und *Verachtung* und die weiblich konnotierten Emotionen *Trauer* und *Angst*.

Wie ein t-Test für unabhängige Stichproben zeigte, wurden die beiden weiblich konnotierten Emotionen *Trauer* und *Angst* hypothesenkonform signifikant häufiger von Frauen gezeigt als von Männern (vgl. Tabelle 9.4). Die Effektstärken liegen für beide Emotionen im mittleren Bereich: Die Angst liegt bei $d = 0.52$, die Emotion Trauer bei $d = 0.66$.

Tabelle 9.4: II: Weiblich konnotierte Emotionen

	Angst	Trauer
Frauen	$M = 7.5; SD = 3.06$	$M = 7.82; SD = 2.62$
Männer	$M = 5.94; SD = 2.84$	$M = 6.11; SD = 2.49$
	$t(274) = 3.94; p < .001$	$t(265) = 4.97; p < .001$

Auch bei den männlich konnotierten Emotionen wurden die Geschlechterunterschiede in beiden Fällen signifikant, allerdings nicht bei beiden in der erwarteten Richtung: Während die Werte bei *Verachtung* wie erwartet bei den Männern signifikant höher ausfielen, zeigten Frauen bei *Wut* höhere Werte (vgl. Tabelle 9.5).

Tabelle 9.5: II: Männlich konnotierte Emotionen

	Wut	Verachtung
Frauen	$M = 9.26; SD = 3.37$	$M = 6.5; SD = 2.9$
Männer	$M = 8.15; SD = 3.64$	$M = 7.14; SD = 2.67$
	$t(257) = 2.38; p = .009$	$t(255) = -1.676; p = .048$

Für die beiden männlich konnotierten Emotionen zeigen sich jeweils kleine Effekte, für Wut $d = 0.32$ und für Verachtung $d = 0.23$.

9.2.4 II – Internalisierte Stereotype und emotionale Reaktionen

Für die Berechnungen zu dieser Fragestellung wurde verglichen, ob die Versuchspersonen besonders „geschlechterkonforme“ Reaktionen berichteten, wenn sie besonders stark geschlechtsspezifische emotionale Reaktionen aufwiesen. Dazu wurden Frauen mit starken Stereotypen verglichen mit ihren Geschlechtsgenossinnen mit weniger starken Stereotypen, und zwar im Speziellen in Bezug auf positive Emotionen. Bei den Männern wurden analog dazu die negativen Emotionen analysiert, auch hier im Vergleich zwischen Männern mit starken und Männern mit weniger starken Stereotypen. Entsprechend wird in dieser Fragestellung davon ausgegangen, dass sich Korrelationen zwischen aufgedeckten Emotionsmustern und internalisierten Stereotypen bei Frauen und Männern finden lassen. In Bezug auf die Emotionsmuster ist zu erwarten, dass sich jeweils negative und positive Emotionen zu Faktoren zusammenfinden, da die emotionale „Richtung“ der Themen in den Studien recht deutlich negativ gewichtet ist.

Zunächst einmal ist von Interesse, wie die Verteilung der weiblichen und männlichen Stereotype in den Gruppen der Frauen und Männer ausfiel und ob sich eventuell zeigt, dass bestimmte Gruppen besonders starke Stereotype zeigten. Um die Items des Stereotypenfragebogens weiter analysieren zu können, wurde jeweils zunächst überprüft, ob die als stereotyp weiblich bzw. männlich angelegten Fragen auch entsprechend so aufgenommen wurden. Da bei allen Items eine siebenstufige Likertskala verwendet wurde, liegen alle Werte im Bereich zwischen 1 („Männer besser“) und 7 („Frauen besser“), wobei 4 die „neutrale“ Mitte ist. Zu erwarten war an dieser Stelle also, dass die Mittelwerte für die männlich stereotypisierten Items im Bereich unter 4 liegen, die weiblich stereotypisierten hingegen darüber. Ein t-Test für eine Stichprobe zeigte hier auch entsprechende Ergebnisse: Alle Mittelwerte wichen signifikant von 4 ab, wobei die Mittelwerte der weiblichen Aktivitäten über 4 lagen, die männlichen darunter. Die Mittelwertsunterschiede wurden bei allen Items mit einer Geschlechterzuordnung signifikant (alle $p < .001$). Die neutralen Items wiesen keine signifikanten Mittelwertsunterschiede auf und werden daher in den weiteren Berechnungen nicht berücksichtigt.

Um zunächst einen Blick auf die Verteilung der Stereotypausprägung bei

Männern und Frauen zu werfen, wurden mit Hilfe eines Mediansplits jeweils neue Variablen mit den Stereotypkategorien „niedrig“ und „hoch“ gebildet. Eine Übersicht der Verteilung zeigt die Tabelle 9.6.

Tabelle 9.6: *II - Verteilung der Stereotypausprägung*

	Frauen (n=194)	Männer (n=80)
hohe weibliche Stereotype	53% (103)	44% (35)
niedrige weibliche Stereotype	47% (91)	56% (45)
hohe männliche Stereotype	45% (87)	74% (59)
niedrige männliche Stereotype	55% (107)	26% (21)

Auffällig ist hier die relativ hohe Prozentzahl der Männer, die hohe männliche Stereotype aufweisen. Wenn also hier von einem möglichen Zusammenhang zwischen den internalisierten Stereotypen und den berichteten Emotionen ausgegangen werden soll, ist der Blick auf diese Gruppe besonders interessant.

Um dieser Fragestellung nachzugehen, sollten in diesem Fall keine bestimmten Einzelemotionen oder Emotionsmuster vorgegeben werden, da sich zu große Parallelen zu den zuvor analysierten geschlechtsspezifischen Emotionen ergeben würden. Zudem sollte diese Fragestellung frei von Vorannahmen in Bezug auf Geschlecht und Thematik der Texte sein und es sollten bei der Untersuchung der Stereotype nicht eben diese Stereotype zur Grundlage genommen werden. Um stattdessen offen zu untersuchen, wo Zusammenhänge vorliegen, wurde mit allen Emotionen des M-DAS eine explorative Faktorenanalyse durchgeführt, um Emotionsmuster aufzudecken. In einer Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotationsmethode wurden datenorientiert drei Faktoren gebildet ($KMO = .839$), die insgesamt 65,68% der Varianz aufklären. Das Abbruchkriterium wurde nach Kaiser-Kriterium festgelegt. Die vorliegenden Faktoren, die jeweils einen Eigenwert über 1 aufwiesen, sind in Tabelle 9.7 dargestellt. Die Emotionen Trauer, Langeweile, Scham und Schuld ließen sich nicht trennscharf einem Faktor zuordnen und fanden daher keine weitere Beachtung.

Von besonderem Interesse sind hier zwei der Faktoren, die im Einklang mit den in der Hypothese erwarteten stehen: Faktor 2 lässt sich als *ne-*

Tabelle 9.7: II - Faktoren

Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Ergriffenheit	Ekel	Vergnügen
Faszination	Verachtung	Freude
Interesse	Wut	Zufriedenheit
Überraschung		Zuneigung
Angst		

gative Emotionen kategorisieren, Faktor 3 hingegen als *positive Emotionen*. Diese beiden Faktoren wurden dann jeweils noch mit Hilfe einer Reliabilitätsanalyse überprüft, die positiven Emotionen lagen mit einem Cronbachs Alpha-Wert von .727 im akzeptablen Bereich, die negativen Emotionen zeigten mit .846 einen guten Wert. Mit beiden Faktoren kann also jeweils als neue Variable weiter gerechnet werden.

Zum Aufdecken von Zusammenhängen zwischen den neuen Variablen, also den negativen und den positiven Emotionen auf der einen und den männlichen und weiblichen Stereotypen auf der anderen Seite wurde im Anschluss eine Korrelation nach Pearson berechnet, die Ergebnisse sind in Tabelle 9.8 zusammengefasst.

Tabelle 9.8: II - Korrelationen

	positive Emotionen	negative Emotionen
Frauen: Ausmaß der weiblichen Stereotype	$r = -.317$; $p < .001$; $N = 160$	$r = -.027$; $p = .742$; $N = 151$
Männer: Ausmaß der männlichen Stereotype	$r = -.068$; $p = .576$; $N = 71$	$r = -.006$; $p = .962$; $N = 80$

Es zeigt sich lediglich für die Frauen eine signifikante, niedrige negative Korrelation zwischen der Ausprägung der weiblichen Stereotype und den positiven Emotionen. Je höher die Ausprägung dieser weiblichen Stereotype bei den Frauen ausfiel, desto weniger positive Emotionen wurden durch sie berichtet.

Keine der anderen Korrelationen zeigte signifikante Ergebnisse, bei Frauen fand sich kein Zusammenhang zwischen den negativen Emotionen und den Stereotypen. Die Stereotypen-Werte der Männer korrelierten gar nicht mit einem der Emotionsfaktoren.

9.3 II – Diskussion

Basierend auf den Erfahrungen der ersten Studie wurden in dieser zweiten Studie mehr unterschiedliche Texte als Stimulusmaterial verwendet. Außerdem wurde stärker darauf geachtet, dass die Texte gleichermaßen aktuell, unbekannt, gut lesbar und verständlich für die Versuchspersonen sind. Mit dem Sachtext kam hier außerdem noch eine Textart hinzu, die eine Grundlinie an Sachlichkeit in die Untersuchung bringen sollte.

9.3.1 II – Ergriffenheit

Bei der Analyse der Ergriffenheit in Bezug auf alle Textarten zeigte sich, dass Frauen insgesamt durch das Textmaterial stärker ergriffen waren. Dieses Ergebnis ist erwartungsgemäß, da die Forschungslage zeigt, dass Frauen überwiegend zu einem identifikatorischen Lesestil neigen, sodass sie insgesamt eine geringere emotionale Distanz zum Gelesenen haben (Charlton et al., 2004; Fenkart, 2012).

Individuell analysiert wurden die Geschlechterdifferenzen nur für emotionale Reaktionen auf die Textarten Social Media-Postings und Sachtext gefunden, in beiden Fällen zeigten Frauen stärkere emotionale Reaktionen. Sowohl bei Zeitungsartikeln als auch bei den literarischen Texten zeigten sich keine Unterschiede.

Im Fall des Sachtextes könnte die Auswahl des Textmaterials eine Rolle dabei gespielt haben, dass Frauen hier wider Erwarten stärker bewegt wurden. Zwar wies der Text eine sachliche und nicht emotionalisierte Textoberfläche auf, doch es ist möglich, dass persönliche Informationen wie die Erwähnung des ermordeten Fahrers eine Rolle bei der Emotionalisierung gespielt haben könnte. Die Information, dass der Fahrer tot aufgefunden wurde, befindet sich im letzten Absatz des Textes und könnte so zu einer Art Recency-Effekt geführt haben, sodass dieser persönliche und emotionalere Aspekt die sachlichen Beschreibungen und faktenorientierten Informationen des restlichen Textes gewissermaßen „überschrieben“ haben könnte. Gerade Frauen zeigten sich besonders sensibel für emotionalisierende Merkmale, die einen Bezug zu Menschen haben und könnten so besonders empfänglich gewesen sein für dieses relativ kleine Detail (Proverbio et al., 2009). Die männlichen Versuchspersonen dagegen könnten dies einfach als eine weitere Information gelesen

und interpretiert haben, da sie nicht so stark wie Frauen auf emotionale Inhalte zurückgreifen, wenn sie Informationen verarbeiten (Bremner et al., 2001). Es sollte also in der Folgestudie darauf geachtet werden, einen noch sachlicheren Text auszuwählen, der ganz ohne die Nennung von Personen und persönlichen Informationen gestaltet ist.

Bei den Texten aus den sozialen Medien ist die Nähe der Texte zum Leben vermutlich besonders hoch, da die meisten Versuchspersonen jüngere Menschen waren und diese besonders häufig soziale Medien benutzen (Smith & Anderson, 2018). Entsprechend ist ihre Vertrautheit mit solchen Texten besonders hoch und sie assoziieren diese Textart mit ihrem persönlichen Leben, eben weil sie häufiger ähnliche Texte konsumieren. Vor allem Frauen nutzen beispielsweise Facebook häufiger als Männer zur Suche von Informationen, was ebenfalls einen Einfluss auf die Vertrautheit mit dieser Art von informationsorientierten Social Media-Texten haben kann (Noguti, Singh & Waller, 2019).

Besonders interessant ist allerdings der Blick auf die journalistischen und literarischen Texte, bei denen sich wider Erwarten keine Geschlechterunterschiede in der Ergriffenheit zeigten.

Eine mögliche Ursache für dieses Ergebnis könnte gerade für die Zeitungsartikel mit der Thematik des Materials zusammenhängen. Allgemein sind die Themen Terror und Terroranschläge in den letzten Jahren in den Medien hochgradig präsent und sie werden auch oft mit der klaren Intention, Emotionen hervorzurufen, auf jeweils relativ ähnliche Weise journalistisch verarbeitet. Wenn die Intention der Emotionsauslösung so offensichtlich ist, ist es möglich, dass die Versuchspersonen über diesen subjektiv empfundenen Manipulationsversuch irritiert sind. Es könnte sogar Unbehagen auslösen, darüber nun noch einmal lesen zu müssen (Rykalová, 2014). Dass diese Wirkung bei Zeitungstexten besonders stark ausfällt, lässt sich eventuell auch in Verbindung mit der Krise im Journalismus bringen. Es ist ein gewisses Misstrauen gegenüber Journalisten entstanden und oft herrscht vielleicht auch das Gefühl, dass hier Medienschaffende versuchen, Menschen zu manipulieren. Diese Tendenz ist vor allem relevant geworden, „seit mit dem Rundumschlag 'Lügenpresse' operiert wird, um grundsätzlich alles in Frage zu stellen, was Berichterstattung generiert und thematisiert“ (Weischenberg, 2018, S.3).

Auch bei der journalistischen Textart könnte die Generation der Versuchspersonen eine Rolle gespielt haben, da im jüngeren Altersbereich allgemein das Lesen von Zeitungstexten nicht so üblich ist wie bei älteren Nutzenden (Schneller, 2019). Diese Zielgruppe sucht selbst im Internet Informationen in Form journalistischer Texte seltener gezielt auf, sondern wird mehr oder weniger zufällig bei der Nutzung der sozialen Medien damit konfrontiert (Boczkowski et al., 2017; Thurman & Fletcher, 2019), sodass diese Textart insgesamt weniger ansprechend gewirkt haben könnte.

Die Analyse der literarischen Texte und der Ursache für ihre insgesamt weniger ergreifende Wirkung vor allem auf Frauen, von denen hier eine stärkere Ergriffenheit erwartet wurde, erfordert einen genaueren Blick auf die Texteigenschaften: Beide Texte sind wie Augenzeugenberichte verfasst, was für einige der Versuchspersonen eventuell auf den ersten Blick nicht als literarischer Text eingeordnet werden konnte. Es ist also möglich, dass hier eine Form von „Verkleidung“ des Textes vorliegt, wie Fenkart (2012) es anspricht. Die Grenze zwischen den Textarten, vor allem zwischen Sachtexten und literarischen Texten schwimmt demnach gelegentlich, sodass sich literarische Texte als real präsentieren. Wenn ein solcher Effekt hier eingetreten sein sollte, kann das die emotional ergreifende Wirkung beeinflusst haben.

In Kombination mit der Thematik der Terroranschläge, die zur Zeit der Datenerhebung eine relativ große Präsenz in den Medien hatte, ist es möglich, dass hier ähnlich wie bei den Zeitungstexten eine Art Übersättigungseffekt im Bezug auf die Thematik vorgelegen haben könnte. Sniderman, Petersen, Slothuus, Stubager und Petrov (2019) stellen beispielsweise die Theorie auf, dass die (emotionale) Reaktion der Menschen auf Terroranschläge nicht lange anhalten kann. Die Autoren gehen davon aus, dass nach einer gewissen Zeit die Probleme des eigenen Alltags wieder Überhand nehmen und die emotionale Erregung der Menschen abnimmt. Da zum Zeitpunkt der Erhebung die jeweiligen Ereignisse bereits eine Weile zurücklagen, ist es also möglich, dass hier insgesamt bereits das Abflauen der Erregung in Bezug auf die Anschläge zu beobachten ist.

9.3.2 II – Geschlechtertypische Textarten

Wider Erwarten fiel in Bezug auf diese Fragestellung das Interesse von Frauen und Männern nicht bei den jeweils vermeintlich geschlechtsspezifischen

Textarten größer aus. Bei allen Textarten zeigten Frauen leicht höhere Mittelwerte in Bezug auf das Interesse, dieser Unterschied wurde allerdings nur für die Sachtexte signifikant. Obwohl sachliches Lesen im allgemeinen als eher männlich konnotiert gilt, war auch hier das Interesse der Frauen größer. Ähnliche Ergebnisse hatten sich bereits in der ersten Studie gezeigt. Durch die große Anzahl an verschiedenen Texten als Stimulusmaterial fiel in dieser Studie die Gruppengröße zum Teil sehr unterschiedlich aus. Bei der Analyse von Interesse beispielsweise lag der größte Unterschied zwischen den 55 Frauen, die literarische Texte gelesen hatten, und den nur 12 Männern, die den Sachtext gelesen hatten. Diese unterschiedlichen Zahlen könnten die Ergebnisse mit beeinflusst haben.

Weiterhin stellt sich die Frage nach der ursprünglich angenommenen Zuordnung der geschlechtertypischen Textarten. Die zugrundeliegenden Studien haben diese Einordnung überwiegend im Selbstbericht erhoben, sodass Frauen und Männer angeben konnten, was ihre präferierten Textarten sind, wie z.B. Charlton et al. (2004) zusammenfassen. Diese Angaben müssen nicht unbedingt das wirkliche Leseverhalten wiedergeben und könnten auch von internalisierten Stereotypen geprägt sein. Da in der vorliegenden Untersuchung Frauen und Männer nicht wussten, welche Textart ihnen vorlag, könnte hier eine Ursache liegen.

Viele der Erhebungen stammen außerdem aus der Zeit nach dem sogenannten ersten „Pisa-Schock“ 2001, als sich die schlechte Lesekompetenz vor allem bei männlichen Jugendlichen in Deutschland zeigte (Garbe, 2008). In der Folge wurde diesbezüglich besonders viel geforscht und nach Ursachen und Fördermöglichkeiten gesucht. Jüngere Daten allerdings wie beispielsweise die von Ehmig und Heymann (2018) zeigen geringere bis gar keine Unterschiede. Hinzu kommt, dass Philipp (2011) zeigte, dass die Geschlechterunterschiede bei Kindern aus bildungsnahen Elternhäusern grundsätzlich geringer ausfallen. Die Stichprobe in der vorliegenden Studie bestand überwiegend aus Angestellten und Studierenden, was insgesamt einen höheren Bildungsstand impliziert. Wenn sich diese Erkenntnisse also auf Erwachsene übertragen lassen, finden sich in dieser Gruppe insgesamt homogenere Einstellungen zum Lesen. Hier wäre für weitere Studien ein Blick auf eine heterogenere Stichprobe interessant.

Schließlich darf bei der Betrachtung der Variable *Interesse* nicht außer Acht gelassen werden, dass sich die Versuchspersonen nicht in einer natürlichen Lesesituation befunden haben. Sie haben im Rahmen einer Erhebung einen Text gelesen, den sie sich nicht selbst ausgesucht haben und dessen Thema sie auch nicht zwingend interessiert hat. Im Gegensatz zu selbstgewählten Themen und Textsorten kann diese „erzwungene“ Situation hier das Interesse allgemein gedämpft haben. Mit Blick beispielsweise auf die Selbstbestimmungstheorie der Motivation (Deci & Ryan, 1993) ist dieser Effekt hier recht wahrscheinlich. Das insgesamt höhere Interesse der Frauen am Lesen (Ehmig & Heymann, 2018) kann hier dafür gesorgt haben, dass auch ihr Interesse an den konkreten Texten jeweils leicht erhöht ausfiel.

9.3.3 II – Geschlechtsspezifische Emotionen

Die beiden weiblich konnotierten Emotionen *Trauer* und *Angst* wurden in dieser Studie von Frauen stärker berichtet, was in Einklang mit der Forschungslage und den Hypothesen ist. Ebenso zeigte sich das Ergebnis für die männlich konnotierte Emotion *Verachtung* erwartungskonform, indem Männer diese Emotion stärker berichteten.

Die Ergebnisse in Bezug auf die Emotion *Wut*, die in der theoretischen Grundlage als ambivalent, aber tendenziell männlich konnotiert herausgearbeitet wurden, zeigen wieder, dass Frauen signifikant mehr Wut berichteten als Männer. Auch hier könnten die in der ersten Studie angestellten Überlegungen zu der sozialen Komponente der Thematik eine Rolle gespielt haben: Terror und Terroranschläge haben immer auch eine gewisse soziale und zwischenmenschliche Komponente (Robertz & Kahr, 2016), und in solchen Bereichen zeigen Frauen häufig mehr Ärger und Wut (Brody et al., 2016). Zudem enthielten einige der Texte zusätzlich noch gezielt die Betonung von Einzelschicksalen und zwischenmenschlichen Beziehungen, um verstärkt Emotionen hervorzurufen. Es wurden beispielsweise Opfer von Terroranschlägen, ihre Familien und deren persönliche Situation ausführlich geschildert.

Die Erklärung dafür, dass hier der Geschlechterunterschied in Bezug auf Wut im Gegensatz zur ersten Studie signifikant geworden ist, könnte darin liegen, dass die Texte in dieser zweiten Studie insgesamt thematisch (und zeitlich) homogener gewählt wurden, was den Effekt des thematischen Ein-

flusses verstärkt haben könnte. Da die Ergebnisse für geschlechtsspezifische Emotionen nun trotz der thematisch-zeitlichen Angleichung des Stimulusmaterials und der breiteren Auswahl an Textarten in dieser zweiten Studie doch recht ähnlich zu denen in der ersten Studie ausgefallen sind, erscheint es sinnvoll, in der dritten Studie nun ein anderes übergreifendes Thema zu wählen. So lässt sich eingrenzen, wie stark hier der Einfluss der Thematik ausgefallen sein könnte.

9.3.4 II – Internalisierte Stereotype und emotionale Reaktionen

Je höher die Ausprägung der weiblichen internalisierten Stereotype bei den Frauen ausfiel, desto weniger positive Emotionen berichteten sie, was im Einklang mit den Erwartungen in Bezug auf diese Fragetellung war. Zwischen den negativen Emotionen und der Ausprägung der weiblichen Stereotype zeigte sich keine Korrelation.

Grundsätzlich ist ein genereller Einfluss des Settings der Erhebung auf die Ergebnisse in Bezug auf die negativen Emotionen denkbar. Der negative Emotionsfaktor besteht aus Ekel, Verachtung und Wut – jeweils sehr starke Emotionen, die sehr heftige und deutliche Reaktionen ausdrücken. Eine solche heftige Reaktion könnte wegen der „künstlichen“ Bedingungen und beim Lesen eines nicht selbst gewählten Textes insgesamt gering ausfallen, einfach weil die emotionale Bewegung nicht stark genug ist, um signifikante Unterschiede aufzuzeigen.

Bei beiden Emotionsfaktoren und den Männern zeigte sich kein signifikantes Ergebnis, weder die negativen noch die positiven Emotionen korrelierten mit der Ausprägung der männlichen Stereotype.

Kring und Gordon (1998) fanden in ihrer Studie zu emotionalem Gesichtsausdruck und elektrodermalen Aktivität, dass Männer allgemein stärker als Frauen dazu neigen, ihre Emotionen zu internalisieren und entsprechend weniger stark auszudrücken. Dieser Unterschied war besonders ausgeprägt bei Männern, die eine starke Zustimmung zu klassischen Geschlechterrollen äußerten, während eher androgyn eingestellte Männer sich insgesamt expressiver zeigten. Auch androgyn eingestellte Frauen zeigten bei Kring und Gordon (1998) stärkere Expressivität. Diese Ergebnisse sind zwar bezogen auf den Emotionsausdruck in der Mimik und lassen sich daher nicht

vollständig auf die vorliegende Arbeit übertragen, berücksichtigen lassen sie sich aber dennoch. Vor allem mit dem Gedanken, dass Antworten in einem Fragebogen ebenfalls für andere erkennbare Emotionsäußerungen sind, die vermutlich stärker noch als der Ausdruck in der Mimik der bewussten Kontrolle unterliegen, könnte dieser Faktor hier dazu beigetragen haben, dass Männer allgemein ihren Emotionsausdruck so weit reduziert haben, dass keine Unterschiede mehr mit Bezug zu den internalisierten Stereotypen vorliegen. Domes et al. (2010) fanden in Bezug auf die emotionale Reaktivität im Gehirn Belege dafür, dass Männer verstärkt solche kognitive Strategien einsetzen, die für die Aktivierung emotionsregulierender Hirnareale zuständig sind und so entsprechend ihre Emotionen besser herunterregulieren können. Zudem hat der Blick auf die Verteilung gezeigt, dass nur 21 der Männer, also 26% von ihnen überhaupt zu der Gruppe „niedrige männliche Stereotype“ gehören, sodass hier die Verteilung sehr ungleichmäßig ist.

Allgemein ist es möglich, dass die Zusammenhänge zwischen den internalisierten allgemeinen Stereotypen in Bezug auf das Geschlecht und der emotionalen Reaktion nicht wie erwartet vorliegen. Zurückzuführen sein könnte das auf die Struktur des Stereotypenfragens, denn hier werden allgemeinere Fähigkeiten und Fertigkeiten abgefragt, von denen keine einen klaren Emotionsbezug hat. Gerade in Zeiten, in denen stereotype Geschlechterrollen sich wandeln und jüngere Generationen häufig einen von den vorigen abweichenden Lebensstil pflegen, ist es prinzipiell möglich, dass die Fragestellungen hier zu allgemein waren. In der Folgestudie sollte der Frageblock in Bezug auf Stereotype um konkretere Fragen zu Stereotypen in Verbindung mit Emotionen erweitert werden.

10 Studie III: Emotionale Reaktion, Stereotype und Emotionsstereotype

Auch bei der Entwicklung der dritten Studie sollten wieder einige Kernelemente erhalten bleiben, um die Ergebnisse miteinander vergleichen zu können. Gleichzeitig wurden basierend auf den Erkenntnissen der ersten beiden Studien einige Veränderungen umgesetzt.

In dieser dritten Studie wurde erstmals ein anderes Thema gewählt, eine Entscheidung, die aus mehreren Gründen gefällt wurde. Zunächst einmal waren in den ersten beiden Studien mehrmals Ergebnisse zu erkennen, die möglicherweise mit dem Thema Krieg und Terror beziehungsweise Terroranschläge zu tun hatten. Außerdem hatte das Thema zwischenzeitlich in den Nachrichten eine sehr große Präsenz angenommen, sodass die emotionale Beteiligung durch eine Art Gewöhnungseffekt insgesamt geringer ausfallen könnte Sniderman et al. (2019). Das Thema war zudem mehr und mehr in einen Bereich geraten, der von politischen Akteuren zur „Stimmungsmache“ instrumentalisiert wurde. Um also zu vermeiden, dass die politische Meinung der Teilnehmenden oder eine negative Grundeinstellung aufgrund einer großen Medienpräsenz der Thematik einen Einfluss auf die gemessenen emotionalen Reaktionen haben könnte, war ein Themenwechsel dringend angeraten.

Dennoch sollte wieder ein Thema gewählt werden, das mit relativ großer Sicherheit Emotionen hervorrufen würde, und aufgrund der Vergleichbarkeit sollten es auch wieder negative Emotionen sein. Somit fiel die Wahl auf das Thema Armut. Dieses Thema schien geeignet, einen möglichst großen Kreis

an Menschen anzusprechen, denn relativ viele Menschen machen einmal in ihrem Leben persönliche Erfahrungen mit Phasen der finanziellen Knappheit oder kennen Betroffene. Daher ist zu erwarten, dass nur wenige Menschen das Thema an sich positiv beurteilen oder gar ablehnend reagieren. Zudem zeigte eine Recherche in deutschen Medien, dass das Thema immer wieder Phasen der Aktualität hat, allerdings relativ selten von politischen Parteien zur gezielten Beeinflussung der Wählerschaft verwendet wird. Somit war zum Zeitpunkt der Erhebung davon auszugehen, dass das Thema nicht mit einer bestimmten politischen Agenda verknüpft ist und entsprechend relativ neutral betrachtet werden kann.

Da die Ergebnisse in Bezug die Fragestellung die allgemeinen Stereotype betreffend in der vorangegangenen Studie gemischt ausgefallen waren, soll in dieser dritten Studie zusätzlich ein Fragebogen entwickelt werden, der gezielt Stereotype in Bezug auf die Emotionen von Frauen und Männern abgefragt werden. Dieser Fragebogen für Emotionsstereotype soll allerdings den zuvor benutzten, allgemein stereotypbezogenen Fragebogen nicht ablösen, sondern ergänzen. Da in dieser Studie das Thema ebenso verändert wurde wie die Menge und Art der verwendeten Stimulusmaterialien kann durch das erneute Verwenden dieses allgemeinen Stereotypfragebogens überprüft werden, inwiefern diese Faktoren die Zusammenhänge zwischen den Stereotypen und den Emotionen beeinflusst haben könnten. Zusätzlich wird hier der Frage nachgegangen, ob die feinere, auf Emotionen abgestimmte Stereotypmessung Zusammenhänge aufdecken kann.

10.1 III – Methode

Der Grundaufbau dieser dritten Studie ist weitgehend parallel zu dem der beiden vorangegangenen Datenerhebungen angelegt, wurde allerdings um zwei selbst entwickelte Elemente ergänzt: Einen Fragebogenteil, der speziell die Stereotype in Bezug auf Emotionen messen soll und einige Fragen zur emotionalen Selbsteinschätzung.

Der Fokus der dritten Datenerhebung wurde auf die journalistischen Texte gelegt, in dem ein stärker und ein weniger stark emotionalisierter journalistischer Text gewählt wurden. Ergänzt wurde dieses Paar durch einen Sachtext sowie einen emotionalen Social Media-Thread, um einen Textar-

tenvergleich vornehmen zu können und gleichzeitig wieder die Kopplung emotional/sachlich zu haben.

10.1.1 III – Stichprobe

Insgesamt haben in dieser Studie 212 Personen den Fragebogen vollständig bearbeitet, davon 136 Frauen und 76 Männer. Im Mittel waren die Versuchspersonen 24,82 Jahre alt ($SD = 9.84$) und die Altersspanne bewegt sich in einem Bereich zwischen 13 und 75 Jahren.

126 der Versuchspersonen gaben an, Studierende zu sein, 39 Angestellte, 26 Schüler*innen, andere Antwortmöglichkeiten wie „Rentner*in“ oder „Arbeiter*in“ wurden jeweils nur selten ausgewählt. Die Frage nach der Schulbildung beantworteten 127 Personen mit „Abitur/Fachabitur“, 34 Personen haben einen Hochschulabschluss, 20 Personen gaben eine abgeschlossene Berufsausbildung an, 13 wählten „Kein Abschluss“. 12 Personen haben die mittlere Reife, jeweils nur wenige Personen gaben andere Antworten wie „Hauptschulabschluss“ oder „Promotion“.

10.1.2 III – Material

Zu Beginn des Fragebogens, nach einer kurzen Begrüßung mit den üblichen einleitenden Worten wurden die Versuchspersonen in dieser Studie mit der Leseeinleitung und darauf folgend mit dem randomisiert zugeteilten Stimulustext konfrontiert. Im Anschluss daran erfolgte sofort die Emotionsabfrage mit der M-DAS, bei der auch hier wieder die Zuteilung der Itemblöcke wie in der Papierversion auf mehrere Seiten verteilt wurde. Danach folgte wie bereits in der zweiten Studie der dort näher beschriebene Stereotypfragebogen mit den kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, bei dem die Versuchspersonen zuordnen sollten, ob jeweils Frauen oder Männer besser darin sind. Darunter folgte dann der Block mit den Fragen zu Emotionsstereotypen, der in Kapitel 10.1.2 genauer beschrieben wird. Im Anschluss daran folgten einige soziodemographische Fragen und ein Frageblock mit einigen Fragen zur persönlichen emotionalen Selbsteinschätzung. Die Fragen zur emotionalen Selbsteinschätzung erwiesen sich mit einem Cronbachs Alpha-Wert von .347 als insgesamt nicht ausreichend reliabel und wurden daher nicht in die weiteren Analysen einbezogen.

Beendet wurde der Fragebogen schließlich wie in den beiden Studien zuvor

mit der Möglichkeit für Studierende, einen speziellen Code für Versuchspersonenstunden zu generieren und schließlich dann mit einer kurzen Danksagung.

III – Stimulusmaterial

In dieser Studie wurden neben einem emotionalen und einem sachlichen journalistischen Text ein emotionales Social Media-Posting und ein Sachtext als Stimulusmaterial verwendet. Alle Texte finden sich vollständig im Anhang in Kapitel C.2.

Der emotionale Zeitungstext stammt aus „Der Freitag“ und er thematisiert das Leben einer alleinerziehenden Mutter, die mit ihren drei Kindern in einer zu kleinen Wohnung wohnt und trotz Berufstätigkeit finanzielle Probleme hat (Finke, 2018). Der Text ist in der ersten Person Singular geschrieben, die Frau erzählt also selbst, was bereits einen sehr persönlichen Zugang zu der Thematik bietet. Unter der Überschrift „Mit der Tochter in einem Zimmer“ beginnt der Artikel mit „Was ist arm?“ und beschreibt dann einige Bereiche ihres Lebens, an denen sie die Armut spüren kann. Die älteste Tochter wünscht sich ein Kleid für ihren Abiball, und der Satz wird im Text nur mit „– 50 Euro –“ beendet, wobei hier eine Form der Ellipse zum Einsatz kommt – eine Auslassung, um die Bedeutung dieses Geldbetrags für die Familie besonders hervorzuheben, ohne ausdrücklich zu schreiben, dass die Mutter gut überlegen muss, wie sie das Geld für ein Kleid zusammenspart. Gleich im nächsten Satz wird der Text dann expliziter, es ist von „Dauerstress“ die Rede, später wird von dem gefährdeten „Familienfrieden“ gesprochen und davon, die charakterlich und auch im Alter sehr unterschiedlichen Kinder müsse die Mutter „in ein Zimmer sperren“(Finke, 2018). Aufgrund von „Dauerzoff“, der alle „zermürbte“ hat die Mutter letztendlich aber eine Lösung gefunden: Sie selbst gibt ihr eigenes Schlafzimmer auf und zieht mit der jüngsten Tochter zusammen, damit die älteren Kinder jeweils ein eigenes Zimmer haben. Diese Lösung allerdings wird auch wieder entsprechend eingerahmt, denn die Mutter „schleppte“ ihr Bett ins Kinderzimmer und betonte dabei, dass sie nicht viele eigene Besitztümer hat, die sie bei diesem Umzug mitnehmen musste. In dem Text wird also am Beispiel einer selbst erzählenden Alleinerziehenden gezeigt, wie Armut in Deutschland aussehen kann und die Situation wird dabei mit zahlreichen Adjektiven beschrieben. Hier sind sowohl die emotionalisierte Textoberfläche als auch der persönlich

gestaltete Inhalt geeignet, Emotionen hervorzurufen.

Der sachliche Zeitungsartikel stammt aus dem Online-Auftritt der Tagesschau und trägt den Titel „Jedes fünfte Kind ist jahrelang arm“ (Tagesschau.de, 2018). Im Gegensatz zu dem emotionalen Artikel geht dieser Text sparsam mit Adjektiven um und auch der Einsatz von Stilmitteln wird vermieden. Stattdessen wird über eine Studie der Bertelsmann-Stiftung berichtet, die Kinderarmut in Deutschland untersucht hat, wobei hier Zahlen genannt werden und der Begriff Armut, wie er in dieser Studie verwendet wurde, definiert wird. Es kommen vorsichtige, korrekte Beschreibungen zum Einsatz, beispielsweise, dass die Kinder „in armen Verhältnissen“, dennoch aber „die Grundversorgung meist gelingt“ und dass die Studie herausfinden wollte, „wie durchlässig die sozialen Mileus sind“ (Tagesschau.de, 2018). So beschäftigt sich dieser Text natürlich inhaltlich ebenfalls mit dem an sich emotionalen Thema Armut, gestaltet aber sowohl die Textoberfläche als auch den Inhalt des Textes betont nüchtern und informativ. Somit bildet der Text einen guten Gegensatz zu dem sehr persönlich gehaltenen emotionalen Text.

Der emotionale Social Media-Thread stammt aus Twitter und besteht aus sechs aneinandergereihten Postings, die der Nutzende hintereinander gehängt hat, um so eine Art fortlaufende Geschichte zu erzählen (Petersdotter, 2018). Um diesen Thread einzubinden, wurden hier nur die Textanteile in den Fragebogen übernommen, allerdings die Twitter-typischen Elemente wie Hashtags und der Begriff „Thread“ beibehalten, um so gleichzeitig einen kohärenten Text zu erzeugen, den Versuchspersonen ebenso wie die anderen Texte einfach lesen können und eben den Charakter des Social Media-Postings beizubehalten. Überschriften ist dieser Text mit „Ein Thread über Armut“, der Twitter-Name der postenden Person wurde allerdings durch @Name_anonymisiert ersetzt. Das erste Posting in dieser Reihe eröffnet mit „Viele Äußerungen zur aktuellen Debatte über #Armut sind nur schwer erträglich“ (Petersdotter, 2018), womit bereits ein relativ hohes emotionales Einstiegsniveau erreicht wird. In der Folge wird im Text davon gesprochen, dass Arme „in TV & Co laufend erniedrigt“ werden, dass die Ausgrenzung armer Menschen aufgrund der erlebten Ausgrenzung deren „Motivation sich an die Regeln zu halten“ (Petersdotter, 2018) sogar „gefährlich“ werden kann. Das aktuelle System, in dem arme Kinder Unterstützung und Gut-

scheine beantragen können, „überfordert und erniedrigt“ die Menschen zusätzlich, weil das Überblicken der Gesetze und Möglichkeiten hier als sehr schwierig beschrieben wird. Der Text ruft deutlich zu Veränderungen auf, um die „private Last, mit der arme Kinder morgens in die Schule kommen“ (Petersdotter, 2018) zu verringern und beschreibt schließlich noch den eigenen Zorn, um dann zu Mitgefühl aufzurufen.

Als Sachtext wurde im Kontrast dazu ein Auszug aus dem Gabler-Wirtschaftslexikon gewählt, einem von dem Springer Fachmedien-Verlag herausgegebenem Lexikon zur Sammlung von betriebswissenschaftlich relevantem Wissen (Suchanek, 2018). Bei dem Text handelt es sich um den Eintrag zum Thema Armut, in dem die Definition des Begriffs zusammengefasst wird, wie sie wirtschaftlich gesehen sinnvoll erscheint. Dabei wird mit nüchternen Begriffen versucht, das komplexe Konstrukt möglichst präzise zu beschreiben. So wird beispielsweise betont, dass „üblicherweise zwischen absoluter und relativer Armut“ (Suchanek, 2018) unterschieden wird und wie genau die Armut „anhand des Mangels lebensnotwendiger Mengen an Nährstoffen konkretisiert“ (Suchanek, 2018) wird. In der Folge wird sowohl global als auch historisch definiert, wie sich Armut entwickelt. Lexikontypisch ist hier das Fehlen emotionalisierender Adjektive und Stilmittel und der starke Fokus auf der Vermittlung von Wissen und Informationen. Es kommen keine persönlichen Informationen oder Beschreibungen von Personen vor. Somit ist auch dieser Text trotz der emotionalen Grundthematik geeignet, als sachlicher Text den Gegenpol zu den emotionaleren Texten zu bilden. Da die Ergebnisse in der vorangegangenen Studie in Bezug auf den Sachtext nicht erwartungskonform ausgefallen waren, wurde in dieser dritten Studie nun noch einmal verstärkt darauf geachtet, einen sehr sachlichen, informativen Text zu wählen.

III – Emotionsstereotype

Um im Anschluss an die Ergebnisse der zweiten Studie die Stereotype noch präziser abfragen zu können, wurde ein kurzer Fragebogen zu entwickelt, der gezielt auf Stereotype im Bezug auf Emotionalität abzielt. Dazu wurden die Bereiche, die in der Forschungsgrundlage zu dieser Dissertation gefunden wurden, herausgearbeitet und in Hinblick darauf sortiert und kategorisiert, inwiefern Männer oder Frauen hier stereotyp stärkere Ausprägungen auf-

weisen. Dabei wurden fünf verschiedene zentrale Bereiche herausgestellt, die relevant sind für emotionale Stereotype. Basierend auf diesen Kategorien wurde zu jedem Bereich ein Itempaar entwickelt, eines davon beinhaltet Aussagen über Frauen, das zweite über Männer. Die Proband*innen wurden hier gebeten, ihre Zustimmung bzw. Ablehnung auf einer fünfstufigen Likertskala von „stimme nicht zu“ bis „stimme zu“ anzugeben. Folgende Fragen wurden jeweils dazu formuliert:

- Emotionalität im Allgemeinen
 - Frauen sind das emotionalere Geschlecht.
 - Männer sind allgemein nicht so emotional.
- Differenziertes Emotionserleben
 - Frauen erleben differenziertere Emotionen als Männer.
 - Männer erleben nicht so viele Emotionen wie Frauen.
- Intensität des Emotionserlebens
 - Frauen erleben ihre Emotionen stärker als Männer.
 - Männer erleben nicht so starke Emotionen wie Frauen.
- Zeigen von eigenen Emotionen
 - Frauen zeigen ihre Emotionen offener als Männer.
 - Männer verstecken ihre Emotionen eher als Frauen.
- Sensibilität für Emotionen der Mitmenschen
 - Frauen sind sensibel für die Emotionen anderer.
 - Männer bemerken Emotionen bei ihren Mitmenschen oft nicht.

Die einzelnen Items wurden allerdings nicht in der Reihenfolge präsentiert, wie sie hier aufgelistet sind – die Auflistung erfolgt hier nur der Übersicht halber nach Themenbereichen sortiert. Auch die Überschriften mit Bezug zu den entsprechenden Emotionsbereichen wurden den Versuchspersonen nicht gezeigt. Alle Items wurden entsprechend gemischt, um zu vermeiden, dass die thematische Dopplung für die Versuchspersonen allzu offensichtlich wird. Die genaue Reihenfolge, in der die einzelnen Aussagen präsentiert wurden, finden sich in der vollständigen Wiedergabe des Fragebogens im Anhang in Kapitel C.

Da dieser Frageblock zu emotionsbezogenen Stereotypen selbst entwickelt wurde, wurde eine Reliabilitätsanalyse durchgeführt. Cronbachs Alpha zeigt

te mit .836 insgesamt einen guten Wert, sodass mit den Ergebnissen dieses Frageblocks weiter gearbeitet werden kann.

10.1.3 III – Ablauf

Da sich der Ablauf bei den beiden vorangegangenen Studien als praktikabel erwiesen hatte, wurde auch diese Studie wieder online durchgeführt und über SoSciSurvey erstellt. Die Verbreitung des Links, mit dem der Fragebogen aufgerufen werden konnte, erfolgte wieder über soziale Medien und per E-Mail. Freigeschaltet war der Link im Zeitraum zwischen dem 06. und dem 27. Juni 2018.

10.2 III – Ergebnisse

Zunächst werden in der Folge die Ergebnisse in Bezug auf die zentralen Forschungsfragen vorgestellt, um danach dann auf die speziell für diese Studie entwickelten Fragen einzugehen.

10.2.1 III – Ergriffenheit

Analog zur Vorgehensweise der ersten beiden Studien erfolgte die Analyse in zwei Schritten, um festzustellen, ob die Frauen in dieser Studie mehr Ergriffenheit berichteten. Zunächst wurden alle Texte gemeinsam analysiert, um dann getrennt für emotionale und sachliche Texte zu berechnen, ob wie in der Hypothese erwartet Frauen stärkere Ergriffenheit zeigen.

Der Blick auf alle Texte im Geschlechtervergleich mit Hilfe eines t-Tests zeigt, dass Frauen ($M = 8.33$; $SD = 2.62$) im Mittel mehr Ergriffenheit berichteten als Männer ($M = 7.54$; $SD = 2.72$). Dieser Unterschied fällt mit $p = .037$ ($t(210) = 1.79$) signifikant aus. Mit $d = 0.26$ liegt hier ein kleiner Effekt vor.

Um die Emotionalisierungsstrategien getrennt zu analysieren, wurden die Stimulustexte zu den beiden Kategorien *emotional* und *sachlich* zusammengefasst. Hierbei zeigten sich signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern in den Werten für *Ergriffenheit*, allerdings nur in der Kategorie *emotional*. Die sachlicheren Texte wiesen keinen signifikanten Geschlechterunterschied in den Ergriffenheitswerten auf (vgl. Tabelle 10.1). Allerdings

zeigt ein deskriptiver Blick auf die Mittelwerte, dass Männer im Vergleich leicht ergriffener waren. Dies macht einen Blick auf die Effektstärke lohenswert, die allerdings mit $d = 0.03$ sehr klein ist.

Tabelle 10.1: *III: Ergriffenheit*

	emotional	sachlich
Frauen	$M = 8.67; SD = 2.59$	$M = 7.76; SD = 2.58$
Männer	$M = 7.33; SD = 2.67$	$M = 7.84; SD = 2.79$
	$t(112) = 2.66; p = .005$	$t(96) = -.14; p = .45$

Die Effektstärke liegt für die emotionalen Texte im mittleren Bereich mit $d = 0.51$. Frauen berichteten in dieser Studie also im Einklang mit der Hypothese eine stärkere Empfindung von Ergriffenheit als Männer, nachdem sie einen stärker emotionalisierten Text gelesen hatten.

10.2.2 III – Geschlechtertypische Textarten

Die Hypothese zu den geschlechtertypischen Textarten besagt, dass Männer mehr Interesse an Sachtexten, Frauen hingegen mehr Interesse an literarischen Texten zeigen würden. Da in dieser Studie allerdings keine literarischen Texte verwendet wurden und das Posting aus den sozialen Medien keine Geschlechterzuordnung aufweist, kann im Bezug auf die Fragestellung nach Interesse an geschlechtertypischen Textarten nur der Sachtext analysiert werden. Um allerdings insgesamt einen Vergleich ziehen zu können, sind in der Tabelle 10.2 alle die Ergebnisse aller Textarten im Geschlechtervergleich durch einen t-Test für unabhängige Stichproben aufgeführt, wenn sich die Hypothese in diesem Fall auch nur auf den Sachtext bezieht.

Tabelle 10.2: *III: Interesse*

	Frauen	Männer	
Zeitungstext	$M = 9.08$ $SD = 2.45$	$M = 9.1$ $SD = 2.06$	$t(108) = .04$ $p = .969$
Sachtext	$M = 9.06$ $SD = 2.58$	$M = 9.4$ $SD = 3.34$	$t(46) = -.38$ $p = .352$
Social Media- Posting	$M = 9.84$ $SD = 2.56$	$M = 8.32$ $SD = 2.4$	$t(52) = 2.2$ $p = .033$

Es zeigt sich wider Erwarten kein signifikantes Ergebnis in Bezug auf den Sachtext, wenn auch das Interesse der Männer im Mittelwert leicht erhöht

ist. Der Effekt fällt aber mit $d = .12$ klein aus.

Der einzige signifikante Unterschied in Bezug auf das Interesse an verschiedenen Textarten liegt bei dem Social Media-Posting vor, das Frauen signifikant interessanter bewertet haben. Hier liegt die Effektstärke mit $d = 0.61$ im mittleren Bereich.

10.2.3 III – Geschlechtsspezifische Emotionen

Erwartet wurde hier, dass Frauen stärkere Angst und Trauer berichten würden, Männer hingegen stärkere Wut und Verachtung. Für diese Fragestellung wurden alle Texte gemeinsam analysiert, also nicht nach Textart aufgeteilt. Auch in dieser Studie wurden hier unter den geschlechtsspezifischen Emotionen überwiegend die negativen herausgegriffen, da bei einem übergeordneten Thema wie *Armut* tendenziell wenig positive Emotionen zu erwarten sind. Zudem erleichtert dies die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit denen der beiden vorangegangenen Studien. Untersucht wurden daher wieder in einem t-Test für unabhängige Stichproben die weiblich konnotierten Emotionen Trauer und Angst sowie Verachtung und Wut als männlich konnotierten Emotionen.

Die weiblich konnotierte *Angst* wurde von Frauen signifikant stärker als von Männern berichtet, die Effektstärke liegt hier mit $d = 0.31$ im kleinen Bereich. Die ebenfalls weibliche Emotion *Trauer* hingegen zeigte keine signifikanten Geschlechterunterschiede (vgl. Tabelle 10.3).

Tabelle 10.3: III: weiblich konnotierte Emotionen

	Angst	Trauer
Frauen	$M = 6.3; SD = 2.57$	$M = 7.08; SD = 2.37$
Männer	$M = 5.55; SD = 2.27$	$M = 6.55; SD = 2.37$
	$t(210) = 2.12; p = .018$	$t(210) = 1.56; p = .061$

Auch bei den männlich konnotierten Emotionen zeigten sich signifikante Unterschiede nur bei einer von beiden: *Verachtung* wurde signifikant stärker von Männern berichtet, die Effektstärke liegt bei $d=0.34$. Die Werte für Wut hingegen zeigten keine signifikanten Geschlechterunterschiede (vgl. Tabelle 10.4).

Tabelle 10.4: *III: männlich konnotierte Emotionen*

	Verachtung	Wut
Frauen	$M = 4.42; SD = 1.84$	$M = 7.26; SD = 3.15$
Männer	$M = 5.09; SD = 2.26$	$M = 7.43; SD = 3.07$
	$t(210) = -2.35; p = .01$	$t(210) = -.381; p = .351$

10.2.4 III – Allgemeine Stereotype und Emotionsstereotype

Der allgemeine Stereotypfragebogen wurde in dieser Studie analog und ohne Veränderungen zur zweiten Studie verwendet. Die Auswertungen der Aufteilung finden sich im folgenden Kapitel. Der neue Fragebogen für Emotionsstereotype wurde in Kapitel 10.1.2 vorgestellt. Mit einem Einstichproben-t-Test wurde überprüft, ob sich alle Mittelwerte des Fragebogens signifikant vom neutralen Punkt unterscheiden. Zwei Items zeigten sich hier nicht signifikant: „Frauen erleben differenziertere Emotionen als Männer“ und „Männer bemerkten Emotionen bei ihren Mitmenschen oft nicht“. Alle anderen Items erwiesen sich als signifikant ($p < 001$).

Im Bezug auf die Zusammenhänge zwischen der Ausprägung der Geschlechterstereotype und den emotionalen Reaktionen wurde hier analog zu der Vorgehensweise in der vorigen Studie verfahren. Zunächst wird die Verteilung der hohen bzw. niedrigen Stereotype analysiert. Die M-DAS-Emotionen werden wieder einer explorativen Faktorenanalyse unterzogen, um Emotionsfaktoren aufzudecken. Hier ist besonders interessant, ob sich ähnliche Faktoren wie in der vorangegangenen Studie zeigen. Im Anschluss wird schließlich mithilfe einer Regressionsanalyse berechnet, welche Variablen die Werte dieser Emotionsfaktoren voraussagen.

III – Berechnung der allgemeinen Stereotypausprägungen

Im ersten Schritt sollen zunächst wieder neue Variablen mit den Stereotypausprägungen gebildet werden. Wie bereits in der vorangegangenen Studie werden die Ergebnisse aufgrund der Verwendung von Likert-Skalen im Bereich zwischen eins („Männer besser“) und sieben („Frauen besser“) liegen, sodass Mittelwerte unter 4 für ein stereotyp männliches, Werte darüber für ein stereotyp weibliches Item sprechen werden. Diese Methode soll auch hier verifizieren, dass die Aktivitäten auch dem „richtigen“ Geschlecht entsprechend stereotyp eingeschätzt wurden. Um dies zu überprüfen, wurde auch

hier ein t-Test für eine Stichprobe durchgeführt, der wie bereits bei der vorangegangenen Studie Mittelwerte in den erwarteten Bereichen lieferte und auch abgesehen von den drei neutralen Items signifikante Abweichungen vom neutralen Wert 4 zeigt (alle $p < .001$).

Um die Stereotypausprägungen im weiteren Arbeitsverlauf besser vergleichen zu können, wurden anschließend die männlichen Stereotypausprägungen so umkodiert, dass hier ebenfalls ein niedriger Wert eine geringe Stereotypausprägung bedeutet, ein hoher Wert entsprechend eine höhere Ausprägung. Auf diese Weise können die Mittelwerte bei beiden Stereotypausprägungen leichter verglichen werden und bei weiteren Berechnungen wird Verwirrung vermieden.

Wie in der vorangegangenen Studie wurde mithilfe einer Kategorisierung in hohe und niedrige Stereotypausprägung zunächst eine Übersicht über die Verteilung geschaffen. Die Ergebnisse finden sich in Tabelle 10.5.

Tabelle 10.5: III - Verteilung der Stereotypausprägung

	Frauen (n=136)	Männer (n=76)
hohe weibliche Stereotype	56% (76)	32% (24)
niedrige weibliche Stereotype	44% (60)	68% (52)
hohe männliche Stereotype	36% (49)	62% (47)
niedrige männliche Stereotype	64% (87)	38% (29)

Im Vergleich mit den Zahlen der vorangegangenen Studie, in der besonders viele Männer hohe männliche Stereotypausprägungen aufwiesen, ist die Verteilung hier deutlich gleichmäßiger.

Weiterhin ist ein Blick auf Geschlechterunterschiede sowohl für die allgemeinen als auch für die Emotionsstereotype von Interesse. Bei den weiblichen und männlichen allgemeinen Stereotypen finden sich hochsignifikante Mittelwertsunterschiede, die Unterschiede für die Emotionsstereotype fallen signifikant aus. Die Werte sind der Übersichtlichkeit halber in Tabelle 10.6 zusammengefasst.

Interessant ist hier, dass Frauen in allen drei Stereotypbereichen höhere Mittelwerte aufweisen, auch bei den allgemeinen männlichen Stereotypen. Außerdem weisen die Emotionsstereotypen vergleichsweise den geringsten Mittelwertsunterschied auf.

Tabelle 10.6: *III - Geschlechterunterschiede bei Stereotypen*

	Frauen	Männer	
weibliche Stereotype	$M = 5.1$	$M = 4.58$	$t(210) = 4.88;$ $p < .001$
männliche Stereotype	$M = 3.59$	$M = 3.04$	$t(210) = 5.11;$ $p < .001$
Emotionsstereotype	$M = 3.34$	$M = 3.07$	$t(210) = 2.72;$ $p = .007$

III – Analyse der Emotionsfaktoren

Der nächste Schritt ist die Analyse der Emotionen mit Hilfe einer explorativen Faktorenanalyse, um Emotionsfaktoren aufzudecken. Erwartet wurden ein negativer und ein positiver Emotionsfaktor. Als Extraktionsmethode wurde auch in dieser Studie die Hauptkomponentenanalyse gewählt und die Varimax-Rotation als Rotationsmethode. Mit dem Kaiser-Kriterium als Abbruchkriterium wurde festgelegt, dass Faktoren berücksichtigt werden, die mindestens einen Eigenwert von 1 aufweisen. Mit .711 liegt hier ein guter KMO-Wert vor, der Bartlett-Test wurde hochsignifikant ($p < .001$).

Wie bereits in der vorangegangenen Studie zeigten sich drei Faktoren, die in der Tabelle 10.7 aufgeführt werden, sie klären insgesamt 65,66% der Varianz auf. Die Emotionen Angst, Trauer, Langeweile, Scham, Schuld und Zuneigung ließen sich nicht trennscharf einem der Faktoren zuordnen und werden daher weiter nicht aufgeführt.

Tabelle 10.7: *III - Faktoren*

Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Ekel	Ergriffenheit	Zufriedenheit
Verachtung	Faszination	Freude
Wut	Interesse	Vergnügen
	Überraschung	

Die Zusammensetzung der Faktoren ist in dieser Studie ähnlich, aber nicht deckungsgleich mit denen der zweiten Studie. Der erste Faktor lässt sich hier ganz klar als negativer Emotionsfaktor bezeichnen, der zweite enthält eher wertfreie, tendenziell zugewandte Emotionen, während der dritte eindeutig positive Emotionen beinhaltet. Obwohl der zweite Emotionsfaktor nicht Teil der Hypothesen in Bezug auf die Emotionsfaktoren war, scheint seine Zu-

sammensetzung in dieser Studie so stimmig, dass der Faktor in den weiteren Analysen dennoch Beachtung finden soll.

III – Zusammenhänge zwischen Emotionen und Stereotypen

Um zu berechnen, welche der Variablen die drei Emotionsfaktoren vorhersagen können, wurden multiple lineare Regressionen mit Rückwärtsmethode berechnet. Einbezogen als Prädiktoren wurden die Ausprägung der männlichen und weiblichen Stereotype, der Emotionsstereotype sowie das Geschlecht und die gelesenen Texttypen. Letzteres wird hier mit einbezogen, da die Fragestellung expressivere, also geringere positive Reaktionen bei den Frauen bzw. stärkere negative Reaktionen bei den Männern in Verbindung mit Prädiktoren erwartet, und dementsprechend ein Blick auf geschlechtertypische Textpräferenzen interessant ist.

Für den ersten Emotionsfaktor, die negativen Emotionen Wut, Verachtung und Ekel, ergab sich ein signifikantes Modell für die Prädiktoren Geschlecht, Textart und weibliche Stereotype. Diese Variablen erklären als statistisch signifikantes Modell insgesamt 6 % der Varianz des negativen Emotionsfaktors auf ($F(3,207) = 5.45$; $p = .001$). Alle Prädiktoren mit den dazugehörigen Werten finden sich in der Tabelle 10.8. Nicht signifikant als Prädiktoren zeigten sich hier die Variablen männliche Stereotype und Emotionsstereotype, die aus dem Modell ausgeschlossen wurden.

Tabelle 10.8: *III - Prädiktoren für negative Emotionen*

Geschlecht	$\beta = 0.18$	$t = 2.48$	$p = .014$
Textart	$\beta = 0.21$	$t = 3.06$	$p = .002$
weibliche Stereotype	$\beta = 0.12$	$t = 1.7$	$p = .09$

Der zweite Emotionsfaktor beinhaltet wertfreie, aber zugewandte Emotionen (Ergriffenheit, Faszination, Interesse und Überraschung). Hier erklären die Variablen der männlichen und weiblichen Stereotype als statistisch signifikantes Modell insgesamt 2,3 % der Varianz ($F(2,208) = 3.42$; $p = .034$), wobei die Variablen Geschlecht, Emotionsstereotype und Texttyp als nicht signifikant ausgeschlossen wurden. Eine Auflistung der einzelnen Prädiktoren zeigt die Tabelle 10.9.

Tabelle 10.9: *III - Prädiktoren für wertfreie, zugewandte Emotionen*

weibliche Stereotype	$\beta = 0.13$	$t = 1.94$	$p = .054$
männliche Stereotype	$\beta = 0.14$	$t = 1.96$	$p = .051$

In den dritten Emotionsfaktor wurden die Werte für Zufriedenheit, Freude und Vergnügen, also positive Emotionen mit einbezogen. Für diesen Emotionsfaktor wird die Varianz zu 6,7 % von den Variablen Geschlecht und Texttyp vorhergesagt ($F(2,208) = 8.59$; $p < .001$), die genauen Werte für die Prädiktoren finden sich in Tabelle 10.10. Sowohl die männlichen als auch die weiblichen Stereotype wurden ebenso wie die Emotionsstereotype als nicht signifikante Prädiktoren ausgeschlossen.

Tabelle 10.10: *III - Prädiktoren für positive Emotionen*

Textart	$\beta = 0.16$	$t = 3.37$	$p = .019$
Geschlecht	$\beta = 0.23$	$t = 3.38$	$p = .001$

Zusammengefasst hat sich hier also gezeigt, dass sich beide Ausprägungen der allgemeinen Stereotypen für die neutral-zugewandten Emotionen als statistisch signifikanter Prädiktor eignen, die weiblichen zudem noch die negativen Emotionen mit erklären können, während sich die Emotionsstereotype in keinem der drei Emotionsfaktoren als Prädiktor signifikant erwiesen.

Außerdem interessant, wenn auch nicht direkt mit Bezug zu der Fragestellung ist die Frage, ob sich Zusammenhänge zwischen der Ausprägung der allgemeinen Stereotype und der Emotionsstereotype feststellen lassen. Es zeigt sich, dass die Ausprägung der allgemeinen weiblichen Stereotype moderat, aber signifikant ($p < .001$; $N = 211$) mit der Ausprägung der Emotionsstereotype korrelieren ($r = .330$). Bei den allgemeinen männlichen Stereotypen fand sich hier keine signifikante Korrelation ($r(211) = -.099$; $p = .075$).

10.3 III – Diskussion

Insgesamt hat sich die Vorgehensweise, weniger verschiedene Texte als Stimulusmaterial zu verwenden in dieser Studie bewährt, da die Gruppengrößen so insgesamt weniger klein und unregelmäßig ausgefallen sind. Trotz der

Veränderung des grundlegenden Themas haben sich in dieser Studie einige Parallelen zu den vorangegangenen gezeigt, allerdings auch einige Unterschiede. In der Folge werden die zentralen Fragestellungen der Studie Schritt für Schritt beleuchtet. Im Folgekapitel wird dann eine abschließende Betrachtung und Diskussion der Ergebnisse aller drei Studien erfolgen.

10.3.1 III – Ergriffenheit bei emotionalen Texten

Erwartet wurde, dass Frauen angeben, von den emotionalen Texten stärker bewegt worden zu sein als Männer, was die Analysen auch entsprechend ergaben. Dass die sachlicheren Texte hier keinen Geschlechterunterschied aufwiesen, ist im Einklang mit der Forschungsgrundlage, da Ergriffenheit im Allgemeinen eher ein Kennzeichen des weiblichen, stärker identifikatorischen Lesens ist (Charlton et al., 2004).

Dass die sachlichen Texte hingegen insgesamt eine schwächere Ergriffenheit bei Männern und Frauen auslösen, liegt in der Natur der Emotionalisierungsstrategien begründet, die ja genau darauf abzielen, die Menschen ergriffener zu machen, sie stärker „in den Text hineinzuziehen“ und ihre Emotionen anzusprechen (Mellmann, 2006). Ohne diese Strategien – beziehungsweise mit einem sehr geringen Maß davon – kann der Sachtext ebenso wie der sachlichere Zeitungsartikel hauptsächlich aufgrund seiner Thematik Ergriffenheit auslösen. Die Ergebnisse legen hier nahe, dass die Wahl des *besonders sachlichen* Sachtextes, der ohne persönliche Informationen zu beteiligten Personen auskommt, entsprechend für eine geschlechtstypischere emotionale Reaktion gesorgt zu haben scheint.

10.3.2 III – Geschlechtstypische Textarten

Da in dieser Studie kein literarischer Text als Stimulusmaterial verwendet wurde und sich bereits in der ersten Studie gezeigt hatte, dass Zeitungstexte nicht unbedingt als männlich konnotierte oder gar als Sachtexte verwendet werden können, ist hier hauptsächlich der Blick auf den Sachtext von Interesse. Informationsorientiertes Lesen ist männlich konnotiert (Charlton et al., 2004; Maus, 2014), daher war hier von einem höheren Interesse seitens der Männer ausgegangen worden, was sich zwar mit kleinem, jedoch nicht signifikantem Effekt in den Mittelwerten gezeigt hat. Eine mögliche Ursache hierfür könnte darin liegen, dass die Texte insgesamt aufgrund ihrer Thema-

tik nicht besonders interessant gewirkt haben könnten. Der Grundgedanke, für die vorliegende Studie ein Thema zu wählen, dass zwar eventuell für viele der Lesenden relevant, aber gerade nicht gesellschaftlich „brisant“ und in den Medien verstärkt präsent ist, könnte an dieser Stelle zu dem verminderten Interesse beigetragen haben.

Die Männer, die in den dieser Arbeit zugrunde liegenden Studien und Befragungen von stärkerem Interesse an Sachtexten berichteten, hatten dabei vermutlich eher selbst gewählte Texte zu persönlich als interessant bewerteten Themen im Sinn. So lässt sich das leicht erhöhte – wenn auch nicht signifikante – Interesse der Männer hier als Zeugnis der insgesamt stärkeren Sachtextpräferenz interpretieren und annehmen, dass der Mittelwertsunterschied bei einem interessanteren Thema wohl etwas höher und eventuell auch signifikant ausgefallen wäre.

Die Betrachtung der Unterschiede in Bezug auf den Social Media-Artikel sind hier mehr explorativer Natur gewesen, da aufgrund der Forschungslage bisher keine Hypothese in Bezug auf die stereotype Zuordnung von Texten aus sozialen Medien formuliert werden konnte. Interessanterweise hat sich in dieser Studie der Social Media-Artikel als einziger Text mit signifikanten Unterschieden im Interesse zwischen Frauen und Männern gezeigt. Frauen zeigten hier signifikant mehr Interesse.

10.3.3 III – Geschlechtsspezifische Emotionen

Die Unterschiede bei geschlechtsspezifischen Emotionen sind in Bezug auf die in den Hypothesen benannten Emotionen jeweils bei einer weiblichen und einer männlichen Emotion signifikant geworden: *Angst* und *Verachtung* entsprechen den Erwartungen dahingehend, dass Frauen nach dem Lesen des Stimulusmaterials angaben, mehr Angst zu empfinden, Männer dagegen mehr Verachtung ausdrückten.

Die Emotion Trauer hingegen, die als weiblich konnotiert untersucht wurde, ergab in dieser Studie keine signifikanten Unterschiede, wenn auch der deskriptive Blick auf die Mittelwerte zeigt, dass Frauen etwas mehr Trauer ausdrückten. Die Ursache hierfür könnte im Thema des Stimulusmaterials begründet liegen. Armut ist insgesamt zwar geeignet, emotionale Reaktionen hervorzurufen, gleichzeitig aber ein deutlich weniger stark emotionales

Thema als in den vorangegangenen Studien gewählt worden war. Dort, bei der Thematik Krieg und Terror ist die unmittelbare Betroffenheit und das „mitempfinden“ der Emotion Trauer bzw. Traurigkeit vermutlich deutlich stärker als es bei der Thematik Armut ist. Schließlich ist Armut ein zwar im Konsens negatives Thema, aber nicht so lebensbedrohlich für die Betroffenen wie Krieg und Terror. Deshalb könnte hier auch die verstärkte Empfindung der Frauen in Bezug auf diese weiblich konnotierte Emotion geringer ausgefallen sein als in den vorangegangenen Studien.

Die umstrittene Emotion *Wut* zeigte sich in dieser Studie ebenfalls nicht signifikant, und auch hier zeigen sich im Mittelwert leicht höhere Werte bei den weiblichen Versuchspersonen. Obwohl Wut eine recht gemischte Forschungslage aufweist, wurde sie aufgrund der verstärkten Tendenz für diese Arbeit als eher männliche Emotion angenommen. In der Vergangenheit hatte sich gezeigt, dass Frauen hauptsächlich in Versuchsaufbauten mit konkreteren Situationen Wut äußern und vor allem dann, wenn zwischenmenschliche und soziale Situationen eine Rolle spielen (Brody et al., 2016; Kring, 2000). Da in den Texten verstärkt soziale Ungleichheiten im Bezug auf Armut thematisiert werden, ist es hier naheliegend, dass die Wutreaktionen bei Frauen entsprechend verstärkt sind.

10.3.4 III – Stereotype und Emotionsstereotype

In dieser Studie fanden sich sehr ähnliche Emotionsfaktoren wie in der vorangegangenen, allerdings ergab sich zusätzlich zu den erwarteten negativen und positiven Emotionsfaktoren ein Faktor, der als zugewandte Emotionen bezeichnet wurde. Die Faktoren wurden in dieser Studie im Zusammenhang mit den allgemeinen Stereotypen, den Emotionsstereotypen, der gelesenen Textart und dem Geschlecht der Versuchspersonen untersucht. Der Einfluss der allgemeinen Stereotype zeigte sich hauptsächlich in den zugewandten Emotionen Faszination, Ergriffenheit, Interesse und Überraschung, bei denen beide Stereotypausprägungen in der Regressionsanalyse ein signifikantes Modell zur Erklärung der Unterschiede in den Ergebnissen des Emotionsfaktors ergaben.

Die weiblichen Stereotype zeigten einen Einfluss bei der Vorhersage der negativen Emotionen, hier ergab sich gemeinsam mit Textart und Geschlecht ein

signifikantes Modell. Betrachtet man das stärkere Empathieempfinden, das Frauen allgemein zugeschrieben wird (Brody & Hall, 2008), ist der Gedanke hier naheliegend, dass gerade eine stereotypischere Vorstellung von Weiblichkeit zu einer stärkeren empathischen Grundeinstellung führen könnte, die die Ergebnisse dieses Emotionsfaktors beeinflussen. Möglich wäre auch, dass hier eine Art sozialer Erwünschtheit greift, die dann die Antworten stärker emotional ausfallen lässt, vor allem mit Blick auf die verwendeten Textarten.

In Bezug auf die positiven Emotionen eignete sich keine der Stereotypausprägungen zur Erklärung der Emotionsfaktoren. Gerade mit Blick auf das negative Grundthema aller verwendeten Texte besteht hier die Möglichkeit, dass die positiven Emotionen insgesamt in relativ geringer Ausprägung vorlagen, dass sich keine Unterschiede zwischen Versuchspersonen mit stärker ausgeprägten bzw. weniger stark ausgeprägten allgemeinen Stereotypen zeigten. Um hier Näheres zu bestimmen könnte eine weitere Untersuchung mit einem positiveren Grundthema oder einer Variation an Themen von Interesse sein.

Insgesamt erwiesen sich die emotionsbezogenen Stereotypen in dieser Untersuchung als nicht geeignet, um Antworten in Bezug auf die Emotionsfaktoren vorherzusagen. Da es sich um einen selbst entwickelten Fragebogen handelt, der aus Zeitgründen vorab nur kurz getestet werden konnte, könnte die Ursache hierfür auch im Test selbst begründet liegen. Zwar hat sich die Reliabilität dieses Tests als gut erwiesen, dennoch ist nicht ausgeschlossen, dass in Bezug auf die anderen Gütekriterien ausführlichere Tests noch Verbesserungspotenzial im Zusammenhang mit der Itemzusammenstellung ergeben hätten. Durch das Onlineformat war hier Objektivität in der Durchführung gegeben, doch mit Blick auf die Validität könnte weiteres Präzisieren sinnvoll sein. Zwar wurde durch die starke Kopplung an die theoretische Grundlage stark auf die inhaltliche Validität geachtet, doch aus zeitlichen Gründen war es im Rahmen dieser Arbeit nicht mehr möglich, weitere statistische Untersuchungen mit Blick auf die Kriteriumsvalidität oder die faktorielle Validität durchzuführen. Um mit dem vielversprechenden Ansatz dieses Fragebogens weiter arbeiten zu können, wäre in weiteren Schritten zur Konstruktvaliditätsbestimmung zum Beispiel das Arbeiten mit anderen, parallelen Testverfahren von Interesse.

Weiterhin wäre inhaltlich beispielsweise eine stärkere Dopplung der thematisch gekoppelten Items sinnvoll um zu vermeiden, dass die Formulierung einzelner Items zu stark verzerrend wirkt. Da der Fragebogen zusätzlich zu dem bereits zuvor verwendeten allgemeinen Stereotypfragebogen verwendet wurde und ein starker Fokus darauf lag, hier nicht zu viele Items hinzuzufügen, um den Fragebogen nicht über Gebühr zu verlängern, wurde hierauf bei der Erstellung verzichtet.

Dritter Teil:
Zusammenführung

11 Abschließende Diskussion

Die Studien der vorliegenden Arbeit untersuchen geschlechtsspezifisch-emotionale Reaktionsmuster auf literarische, Sach- und Zeitungstexte und zudem die modernere Textart der Social Media-Postings, die im Alltag der Menschen zunehmend eine große Rolle spielt anhand von drei zentralen Fragestellungen. Zusätzlich finden verschiedene Ausprägungen von Geschlechterstereotypen und dahingehend mögliche Zusammenhänge mit emotionalen Reaktionen Berücksichtigung. In der Folge werden zunächst die drei zentralen Fragestellungen der Arbeit betrachtet, um die Ergebnisse der drei Einzelstudien zusammenzuführen und gemeinsame Faktoren zu diskutieren. Danach werden die Ergebnisse der beiden Studien, die Geschlechterstereotype betreffen zusammengefasst und gemeinsam diskutiert, bevor abschließend noch ein Blick auf die gesamte Arbeit und weitere diskussionswürdige Elemente geworfen wird.

11.1 Ergriffenheit

Die erste zentrale Fragestellung der Arbeit ist die Frage nach der Ergriffenheit und ob Frauen hier aufgrund ihres empathischeren und eher identifikatorischen Lesestils (Charlton et al., 2004; Maus, 2014) auf das Textmaterial insgesamt und besonders auf die emotionalen Texte ergriffener reagieren.

In allen drei Studien zeigten sich Frauen insgesamt signifikant ergriffener von den Texten aller Textarten. Speziell die verstärkt ergreifende Wirkung emotionaler Texte auf Frauen zeigte sich in Studie I und III signifikant, in Studie II war die leicht höhere Ergriffenheit der Frauen von emotionalen Texten erkennbar, aber nicht signifikant. Insgesamt lässt sich hier dennoch das Fazit ziehen, dass sich das empathischere und identifikatorische Lesen der Frauen

in einer stärkeren Ergriffenheit im Bezug auf das Textmaterial niederschlägt und besonders ausgeprägt ist, wenn die Texte stärker emotionalisiert sind. Da die Daten im Bezug auf unterschiedliche Lesestile von Frauen und Männern in der Vergangenheit überwiegend in Selbstberichten und allgemeinen Umfragen zum Thema Lesen gewonnen worden waren, ergänzt dieses Ergebnis der vorliegenden Arbeit die Forschungslage um eine wichtige weitere Ebene. Die praktische Untersuchung an konkretem Lesematerial bestätigt die Selbsteinschätzungen der Frauen, empathischer und emotionaler zu lesen und bekräftigt außerdem die Annahme, dass Frauen empfänglicher für Emotionalisierungsstrategien sind beziehungsweise dass diese Strategien auf Frauen eine stärkere Wirkung ausüben als auf Männer. Diese Ergebnisse sind hier besonders interessant, da die Ergriffenheit in allen Untersuchungen dieser Studie nicht als einzelne Emotion, sondern in der Reihe mit allen anderen Emotionen der M-DAS erhoben worden ist. So lag aus Sicht der Versuchspersonen kein Fokus auf dieser oder anderer einzelnen für die Auswertungen ausgewählten Emotionen, was den Einfluss der sozialen Erwünschtheit auf die Antworten verringert haben könnte.

11.2 Geschlechtertypische Textarten

Als zweite zentrale Fragestellung wurden geschlechtertypische Textarten mit Fokus auf das Interesse von Frauen und Männern an diesen Texten untersucht, um die Annahmen über geschlechtertypische Präferenzen zu prüfen. Angenommen wurde, dass Frauen stärker an den „Unterhaltungstexten“ wie der Literatur interessiert sind, während Männer eher sachbezogene Textarten interessant finden (Charlton et al., 2004; Maus, 2014). Es zeigten sich recht gemischte Ergebnisse. In den ersten beiden Studien waren Frauen an allen Textarten stärker interessiert, sie bewerteten also literarische Texte, Zeitungstexte, Social Media-Postings und Sachtexte insgesamt als etwas interessanter, wenn auch zumeist nicht signifikant – signifikante Ergebnisse zeigten sich nur für die Zeitungstexte der ersten Studie und den Sachtext der zweiten Studie. In der dritten Studie zeigten sich Männer leicht, aber nicht signifikant interessierter von dem hier deutlich sachlicher und neutraler gewählten Sachtext, Frauen allerdings signifikant mehr an dem Social Media-Text interessiert, im Bezug auf Zeitungstexte fand sich kein erwähnenswerter Unterschied.

Grundsätzlich fanden sich also in den Studien zu dieser Dissertation die Interessewerte zu den vermeintlich geschlechtertypischen Textarten nicht wie erwartet und nur in drei Fällen überhaupt signifikant. Alle signifikanten Daten zeigten ein stärkeres Interesse seitens der Frauen.

Das sehr gemischte Ergebnis kann unterschiedliche Ursachen haben. Zunächst kann hier der Umstand, dass das Lesematerial und auch die Thematik nicht selbst gewählt wurden, insgesamt dazu geführt haben, dass alle Versuchspersonen vergleichsweise wenig Interesse zeigten. Sie könnten insgesamt sowohl das „erzwungene“ Lesen als auch die negativen Themenbereiche uninteressant gefunden haben. Frauen, die dem Lesen insgesamt eine stärkere Bedeutung in ihrem Leben beimessen (Charlton et al., 2004), könnten entsprechend deshalb insgesamt trotz dieser Bewertungen mehr Interesse an dem Lesematerial gezeigt haben. Um diesen Annahmen genauer auf den Grund gehen zu können, könnte in einem möglichen Versuchsaufbau einerseits eine größere Variation an Themen Verwendung finden, idealerweise „geschlechterneutrale“ Themen. Außerdem wäre es denkbar, Versuchspersonen eine gewisse Auswahl zu bieten oder zumindest diesen Anschein zu erwecken, etwa durch vorgeschaltete Fragen zu Präferenzen. So könnte den Versuchspersonen das Gefühl gegeben werden, selbst gewählt zu haben. Ein solcher Aufbau könnte allerdings auch wieder die Gefahr bergen, dass sich Verzerrungseffekte allein dadurch ergeben, dass die Versuchspersonen glauben, sich ihren Text „selbst ausgesucht“ zu haben und entsprechend eine Art Verpflichtung empfinden, diesen auch interessant zu finden.

Außerdem möglich ist ein Einfluss der Stichprobe, denn in allen Studien war der Anteil an Studierenden und Angestellten mit akademischem Hintergrund relativ hoch. Bei diesen Bevölkerungsgruppen handelt es sich tendenziell eher um Menschen, bei denen Lesen für beide Geschlechter zum Alltag gehört und bei denen auch Frauen (auch oft berufsbedingt) Sachtexte häufiger lesen und deshalb diese Art des Lesens stärker gewohnt sind. Hierdurch könnten Sie auch die vermeintlich männlichen Textarten interessanter gefunden haben. Da die im alltäglichen Leben gelesenen verschiedenen Textarten vor allem bei Studierenden auch aus Bildungsgründen wohl stärker variieren als bei anderen Bevölkerungsgruppen, könnte hier auch das insgesamt gemischte Gesamtergebnis in Bezug auf das Interesse begründet liegen.

Grundsätzlich ist es außerdem möglich, dass sich die Präferenz für vermeintlich geschlechtertypische Textarten mit den jüngeren Generationen mehr und mehr wandelt, sodass die Grundannahme in Bezug auf geschlechtertypische Lesepräferenzen hier nicht mehr gültig ist. Die Gesellschaft befindet sich im Bezug auf „traditionelle Werte“ der Geschlechterverteilung in einem stetigen Wandel, wie beispielsweise die sinkenden Unterschiede in der Berufstätigkeit zwischen Frauen und Männern erahnen lassen (Putz & University of Bamberg Press, 2020). Es scheint naheliegend, dass sich ein solcher Wandel auch auf das Leseverhalten und entsprechende Präferenzen auswirkt. Hier könnte in weiteren Untersuchungen eine zusätzliche Erhebung der Lesevorlieben der Versuchspersonen mehr Informationen liefern, um die Ergebnisse im Bezug auf Interesse besser einordnen und interpretieren zu können.

11.3 Geschlechtsspezifische Emotionen

Die dritte übergreifende Fragestellung beschäftigte sich mit geschlechtsspezifischen Emotionen, die sich in allgemeinen Studien zur Emotionalität immer wieder gezeigt hatten. Hier sollte nun untersucht werden, ob sich diese allgemeinen Erkenntnisse auch auf die Emotionen beim Lesen übertragen lassen. Aufgrund der Übereinstimmungen zwischen den Emotionen mit relativ guter Forschungslage und den Items der M-DAS sowie mit Blick auf die negativen Themenbereiche der Studien wurden für diese Fragestellung die weiblich konnotierten Emotionen Trauer und Angst sowie die männlich konnotierten Emotionen Verachtung und Wut gewählt. Wut wies als besondere Emotion eine gemischte Forschungslage auf, die dennoch überwiegend in Richtung der Einordnung als eher männliche Emotion wies.

In allen drei Studien berichteten Frauen wie erwartet signifikant mehr Angst. Die Ergebnisse für die Emotion Trauer wurden in den ersten beiden Studien zugunsten der Frauen signifikant, in der dritten Studie berichteten Frauen zwar im Mittelwert etwas mehr Trauer, das Ergebnis wurde jedoch nicht signifikant. Da in dieser dritten Studie die Armut als ein insgesamt weniger intensiv trauerauslösendes Thema der Texte zum Einsatz kam, ist dieses Ergebnis wenig überraschend. Zusammenfassend bleibt das Fazit, dass die weiblich konnotierten Emotionen wie erwartet von Frauen stärker berichtet

wurden. In diesem Bereich zeigt sich also, dass sich die allgemeinen Ergebnisse der theoretischen Grundlage in Bezug auf weibliche geschlechtsspezifische Emotionen auch auf den Bereich des Lesens übertragen lassen. Frauen empfinden diese Emotionen offenbar verstärkt beim Lesen unterschiedlicher Texte.

Der Unterschied in Bezug auf die männlich konnotierte Emotion Verachtung fiel in der ersten Studie nicht signifikant aus, wurde allerdings in den beiden darauffolgenden Studien wie erwartet signifikant und diese wurde mehr von den Männern berichtet. Hier zeigte sich also insgesamt auch, dass die generellen Erkenntnisse in Bezug auf geschlechtsspezifische Emotionen sich offenbar auf die Leseerlebnisse übertragen lassen.

Die Emotion Wut war bereits im Vorfeld bei der Recherche als eher gemischte Emotion aufgefallen, bei der die Ergebnisse stark von Kontext und Situation abhängig sind. Aufgrund der allgemein eher männlichen Tendenz in den Forschungstexten zu dieser Emotion wurde Wut im Rahmen der Datenerhebung unter Vorbehalt als männlich eingeordnet.

Die Ergebnisse in den drei Studien spiegelten diese gemischte Forschungslage wider: Signifikante Ergebnisse in Bezug auf Wut zeigten sich nur in der zweiten Studie, wo Frauen mehr Wut berichteten. In der ersten Studie zeigten sich leichte, aber nicht signifikante Mittelwertsunterschiede zugunsten der Frauen, in der dritten Studie kaum erkennbare Unterschiede. Bereits in den Einzeldiskussionen angesprochen wurde der mögliche Einfluss des Themas in den ersten beiden Studien, das eine soziale Komponente innehat und daher geeignet sein könnte, mehr Wut in Frauen als in Männern auszulösen (Brody et al., 2016; Kring, 2000). Insgesamt ist der Einfluss der Situation in einem Fragebogensetting auf die Emotion Wut schwer einzuschätzen. Einerseits lag den gelesenen Texten die bereits erwähnte soziale Komponente zugrunde, andererseits befinden sich die Versuchspersonen zum Großteil selbst nicht in einer sozialen Situation, sodass ihre eigene Lage nicht unbedingt einen Einfluss auf das Antwortverhalten haben kann. Auch das Gegenüber, dessen Geschlecht hauptsächlich für Männer eine Rolle spielt (Blier & Blier-Wilson, 1989), ist im vorliegenden Versuchsaufbau nicht präsent gewesen. Der Umstand, dass ein öffentliches Zeigen von Wut für Frauen häufig negative Folgen haben kann (Shields, 2013), könnte hier wegen dieser

distanzierteren Situation einen Einfluss auf die Wutäußerungen vor allem der Frauen gehabt haben: Durch das anonyme Setting, das zu Beginn jedes Fragebogens ausdrücklich betont worden war, könnten sie sich hier sicher genug gefühlt haben, ihre Wut ehrlicher zu äußern, als sie es beispielsweise in einer face-to-face-Befragung getan hätten.

Ein weiterer Aspekt, der eine Rolle für die Ergebnisse der Emotion Wut gespielt haben könnte, ist das Geschlecht der eventuellen Hauptperson in den Texten, die als Stimulusmaterial verwendet wurden. Es hatte sich in allgemeinen Emotionsstudien, beispielsweise bei Blier und Blier-Wilson (1989) gezeigt, dass das Zeigen von Wut durch Männer durch das Geschlecht des Gegenübers moderiert wird und sie entsprechend bei weiblichen Kontaktpersonen weniger Wut ausdrücken als im Kontakt mit Männern. Zunächst lässt sich dies auf die Kontaktperson im Kontext der Untersuchung beziehen, wie bereits weiter oben angesprochen. Es ist aber auch denkbar, dass sich hier ein Bezug zu der Hauptperson in den Texten herstellen lässt und Männer weniger Wut zeigen, wenn es sich hier um Frauen handelt. Dieser Aspekt wurde in dieser Arbeit außer Acht gelassen – in einer Vorstudie hatte sich allerdings gezeigt, dass sich die emotionalen Reaktionen verändern, wenn lediglich das Geschlecht der Person im Text verändert wird. In den Studien zu dieser Dissertation wurde dieser Punkt allerdings nicht weiter verfolgt, da dies die Anzahl der Stimulustexte noch einmal verdoppelt hätte und durch den Fokus auf geschlechertypische Textarten hier eine größere Variation der Textarten gewünscht war. Es wäre allerdings gut denkbar, in einer Folgeuntersuchung mit Fokus auf eine Textart eine solche Manipulation durchzuführen und in einem Text lediglich das Geschlecht der Hauptfigur zu verändern. So ließe sich festmachen, ob Männer bei weiblichen Protagonistinnen weniger Wut zeigen beziehungsweise stärkere Wut berichten, wenn sie über Männer lesen.

Weiterhin möglich ist, dass Wut eine Emotion ist, die beim Lesen gerade kurzer Texte nicht im erwarteten Ausmaß aufkommt, zumal in der eher künstlich geschaffenen Situation des Fragebogens. An das Lesen von Zeitungstexten und kurzen Meldungen, vor allem über negative Vorgänge weltweit, haben sich die Menschen einfach schon so sehr gewöhnt, dass sie die recht starke Emotion Wut nicht in besonders hohem Ausmaß empfinden.

Die Wut hat sich in den Studien zu dieser Dissertation als interessante Emotion erwiesen, was zahlreiche Möglichkeiten für weitere Untersuchungen eröffnet. Auch hier könnte eine größere Variation der Themen, vor allem mit Blick auf gezielte Manipulation der sozialen und zwischenmenschlich-persönlichen Aspekte der Texte, interessant sein. Zudem könnte eine zusätzliche Abfrage weiterer Persönlichkeitseigenschaften und Einstellungen interessante zusätzliche Informationen darüber bieten, welche Faktoren auf Seiten der Versuchsperson eventuelle stärkere oder weniger starke Wutreaktionen auslösen.

11.4 Auswirkungen der Stereotype

In der zweiten und dritten Studie wurden aufeinander aufbauend verschiedene Ausprägungen von Geschlechterstereotypen mit einbezogen, um Zusammenhänge zu den emotionalen Reaktionen aufzeigen zu können. Da bei beiden Studien die grundsätzliche Vorgehensweise etwas verändert wurde, lassen sich die Ergebnisse nicht so direkt vergleichen wie die der drei grundlegenden Fragestellungen. Dennoch soll in der Folge ein zusammenführender Blick auf die Ergebnisse geworfen werden, um schließlich auch ein gemeinsames Fazit aus den beiden Studien und ihren Ergebnissen mit Bezug auf die Stereotype ziehen zu können.

In der zweiten Studie, in der die Geschlechterstereotype erstmals Teil des Untersuchungsdesigns waren, ergaben sich lediglich Zusammenhänge für die Ergebnisse der Frauen. Diese zeigten geringere Ausprägungen der positiven Emotionen Vergnügen, Freude, Zufriedenheit und Zuneigung, je höher die Ausprägung der weiblichen Stereotype ausfiel. Auch bei der zweiten Studie zeigten sich die weiblichen allgemeinen Stereotypausprägungen vergleichsweise aussagekräftig, denn sie wirkten sich sowohl auf die negativen – hier gemeinsam mit der Textart und dem Geschlecht – als auch auf die zugewandten Emotionen aus. Im Falle der zugewandten Emotionen waren die männlichen Stereotype der zweite Einflussfaktor. Insgesamt zeigten sich also in gewissem Ausmaß Zusammenhänge zwischen Stereotypausprägungen und emotionalen Reaktionen beim Lesen.

Dass die Zusammenhänge zwischen Emotionen und Stereotypen vergleichsweise gering ausgefallen sind, könnte im Zusammenhang mit dem verwendeten Messinstrument stehen. Es handelt sich um einen relativ kurzen Fragebogen mit einer breiteren Streuung an Emotionen, was für das vorliegende Design und die Kombination aus verschiedenen Instrumenten von Vorteil war. Dieser Umstand könnte allerdings eine mögliche Wirkung der Geschlechterstereotype verringert haben, weil die Versuchspersonen hier spontan und außerdem direkt im Anschluss an den Lesevorgang ihre Emotionen bewerten sollten. Da die Forschungslage zeigte, dass die Auswirkungen von Geschlechterstereotypen größer werden, wenn zeitlicher Abstand zwischen einem Ereignis und den dazugehörigen Erhebungen liegt (Robinson et al., 1998), kann der kompakte Fragebogen hier die Stereotypauswirkungen reduziert haben.

Denkbar ist außerdem, dass die relativ offensichtliche Gestaltung des Stereotypenfragebogens eine Rolle spielte, da diese keinen Zweifel daran ließ, dass die Items auf Geschlechterunterschiede abzielten. Diese (vermeintlichen) Unterschiede sowie stereotype Vorstellungen werden in der modernen Gesellschaft viel diskutiert und gerade Männer geraten hier immer wieder in den Fokus als die Gruppe, die von den bestehenden Gesellschaftsstrukturen profitiert. Betrachtet man die Stichproben der Studien, die eben zu einem großen Teil aus Studierenden und Angestellten mit einem akademischen Hintergrund besteht, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sich diese Gruppen bereits mit den Entwicklungen, Vorurteilen und Benachteiligungen für die Geschlechter auseinandergesetzt haben. Es ist also denkbar, dass hier gerade diejenigen der (jungen) Männer an teilgenommen haben, die zwar noch in einem gewissen Ausmaß unbewusst internalisierte Stereotype haben, die aber deren konkrete Folgen und die Bedeutung für die eigene Identität stark reflektiert haben.

In dieser Hinsicht interessant könnte es sein, mit impliziten Methoden zu arbeiten, um die Stereotype zu erheben. Insgesamt würde ein solches Vorgehen auch dafür sorgen, dass der Einfluss der sozialen Erwünschtheit auf die Antworten verringert würde. So könnte mit Begriffen gearbeitet werden, die jeweils stereotyp zusammenpassende und sich stereotyp widersprechende Inhalte haben, um hier mithilfe der Reaktionsgeschwindigkeit den Grad der Zustimmung zu messen. Ein solches Design würde es außerdem ermöglichen,

vielseitigere stereotype Eigenschaften, Fähigkeiten und Tätigkeiten ebenso einzusetzen wie emotionsbezogene stereotype Vorstellungen und könnte so insgesamt ein vielseitigeres Bild der Stereotypen messen.

Emotionsstereotypen zeigten sich in keinem Fall als Einflussfaktor, was entsprechend in Kapitel 10.3.4 bereits ausführlich diskutiert wurde. Da diese Form der Stereotype nur in dieser einen Studie Gegenstand war, ist eine erneute Diskussion in diesem zusammenführenden Kapitel wenig sinnvoll.

11.5 Allgemeine abschließende Betrachtungen

Kritisch ist wie bei allen Studien die mit einem experimentellen Kontext arbeiten zu sehen, dass die motivationalen Aspekte der Lesenden sich möglicherweise stark von dem der freiwillig Lesenden unterscheiden. In ihrer Freizeit suchen sich Lesende Medien ihrer Wahl nach Interesse aus und dieser Aspekt der Selbstbestimmung gehört sicherlich zu dem Vergnügen am Lesen unmittelbar dazu. Da die Motivation und Emotion in einer wechselwirkenden Beziehung zueinander stehen (Lazarus, 1991), ist es möglich, dass die Reaktionen der Lesenden in den Studien nicht exakt denen entsprechen, die im Alltag auf selbstgewähltes Textmaterial erfolgen würden.

Für den Rahmen des dynamisch-transaktionalen Modells der Medienwirkungen betont Werner Früh, dass der initiale Anstoß zur Beschäftigung mit einem Text auch von außen kommen kann, hier muss also nicht zwingend eine intrinsische Motivation zum Lesen eines bestimmten Textes vorliegen. Früh führt private Gespräche als Beispiel für einen Auslöser an (Früh & Becker, 1991), sodass in Anlehnung daran die Bedingungen innerhalb des Untersuchungsablaufes hier ebenfalls als gültige „Initialzündung“ (Früh & Becker, 1991), wie Früh es nennt, angesehen werden kann. Dennoch unterscheidet sich das Beispiel von Früh von dem künstlichen Setting bei der Bearbeitung eines Fragebogens dadurch, dass die Personen bei einem privaten Gespräch trotzdem selbstbestimmt die weitere Beschäftigung mit einem Thema suchen, während in den Studien zur vorliegenden Arbeit das Lesen zumindest von den beteiligten Studierenden durchaus als Teil des akademischen Pflichtprogramms betrachtet werden könnte.

Außer Acht gelassen wurde in dieser Studie jegliche Form von Intersektiona-

lität, was ein weitreichendes lohnenswertes Forschungsfeld für weitere Studien eröffnen könnte. Fragen nach dem Bildungshintergrund der Versuchspersonen könnten hier beispielsweise von Interesse sein, ebenso wie politische oder religiöse Einstellungen, die in Verbindung mit geschlechertypischen Emotionsmustern, Interessen oder stereotypen Denkmustern stehen und die Ergebnisse beeinflussen könnten. Die sich durch die Intersektionalität dieser verschiedenen Faktoren entstehenden facettenreichen Identitäten (Wood & Eagly, 2015) können individuelle Blickwinkel auf bestimmte Aspekte des Versuchsaufbaus erzeugen. Fenkart (2012) zeigt beispielsweise auf, dass zwischen den Variablen Geschlecht, Schicht und Ressourcen in Bezug auf das Lesen große Übereinstimmungen zu finden sind, sodass sich Gruppierungen bzw. Leseprofile ergeben wie „weiblich, akademisches Elternhaus, reichhaltige Ressourcen“ und „männlich, manuell tätige Eltern“ (Fenkart, 2012, S.101). Gerade das Zusammenwirken der verschiedenen Faktoren, die Lesestile von Menschen ebenso beeinflussen wie die Wahl des Materials und die Verarbeitung des Gelesenen kann hier neue Erkenntnisse bringen. Diese wiederum können Ansatzpunkte aufzeigen, an denen in Bildungseinrichtungen und auch in der Erwachsenenbildung Möglichkeiten liegen, Menschen einerseits für die vielfältigen Prozesse der Meinungsbildung aus dem Gelesenen zu sensibilisieren und einen bewussteren Umgang mit Informationen und auch Unterhaltung zu fördern. Andererseits könnten über den Ansatzpunkt der Emotionen auch Möglichkeiten zur Steigerung der Lesemotivation aufgedeckt werden, die für den Bildungsbereich auch bei Erwachsenen lohnenswert sein können.

Bei größeren Stichproben wäre auch ein erneuter Blick auf Menschen, deren biologisches Geschlecht nicht deckungsgleich mit ihrem sozialen Geschlecht ist interessant, ebenso wie auf sexuelle Orientierung. Menschen mit in jeglicher Form von der cisgender-heterosexuellen Norm abweichender Lebensgeschichte haben zum Beispiel vermutlich ihre ganz eigene Geschichte gerade mit Geschlechterstereotypen, einfach weil es naheliegend ist, dass sie sich viel bewusster mit diesen auseinandersetzen mussten im Laufe ihrer Entwicklung. Diese bewusste Auseinandersetzung könnte sich auch auf geschlechertypische beziehungsweise -untypische emotionale Reaktionen auswirken und eine Betrachtung genau dieser Auswirkungen kann dann wiederum einen Blick auf die gesellschaftlichen Einflüsse auf Frauen und Männer ermöglichen.

Insgesamt ist es wichtig, die Ergebnisse aller drei Studien dieser Arbeit unter dem Gesichtspunkt zu betrachten, dass es sich um Selbstberichte handelt. Faktoren wie internalisierte Stereotype und die soziale Erwünschtheit können die Antworten beeinflussen, da Menschen als soziale Wesen von Kindheit an in die Gesellschaft eingebunden sind und die Regeln der emotionalen Äußerung verinnerlicht haben. Es wurde durch die Verwendung der M-DAS, die eine größere Breite an Emotionen abfragt, als für das konkrete Vorgehen in Bezug auf die Fragestellungen dieser Arbeit notwendig gewesen wäre, in gewissem Rahmen abgelenkt von dem eigentlichen Ziel der Studien. Dennoch kann bei dem eigentlichen Antwortvorgang eine ganze Reihe an Faktoren die Versuchsperson mental beeinflusst haben, die letztendlich nicht kontrollierbar sind. Wenn sich hier also signifikante Ergebnisse zeigen, ist es möglich, dass die soziale Erwünschtheit hier eine Rolle spielt und die Versuchspersonen dahingehend beeinflusst hat, eine gesellschaftlich akzeptierte Antwort zu geben. Beispielsweise könnten Männer Trauer und Angst in derselben Intensität verspürt, diese jedoch verheimlicht haben in dem verinnerlichten Wissen, dass diese als unmännlich gelten (Barrett et al., 1998). Hinzu kommt, dass die Umstände, unter denen Versuchspersonen die Fragebögen bearbeiteten durch das Onlineformat nicht präzise kontrolliert werden konnten, was bereits im Vorfeld der Untersuchungen bedacht worden war. Das Onlineformat bringt allerdings den großen Vorteil von ökonomisch gut erreichbaren verhältnismäßig großen Stichproben mit sich, sodass statistisch gesehen die einzelnen Störvariablen unwichtig werden, die den Versuchspersonen zu Hause oder in sonstigen Situationen, in denen der Fragebogen bearbeitet wurde, begegnen könnten. Entsprechend sind die Nachteile des konkreten Formats bei dieser Erhebung hier zu vernachlässigen.

Bei den beiden ersten Studien ist in SoSciSurvey bei einigen Emotionen die Option „Kann ich nicht beurteilen“ angezeigt worden, was grundsätzlich die Ergebnisse beeinflussen könnte. Da allerdings jeweils nur wenige Versuchspersonen von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht haben, ist der Einfluss dieses Faktors als nicht sehr hoch zu bewerten.

Abschließend bleibt noch ein näherer Blick auf das verwendete Textmaterial als Einflussfaktor. In den drei Studien zu dieser Arbeit hat sich gelegentlich

gezeigt, dass im Nachhinein Aspekte der Texte auffielen, denen in den Analysen vorab nicht viel Gewicht beigemessen wurden. Ein Beispiel ist hier das verwendete Dada-Gedicht, das große Irritationen bei den Lesenden ausgelöst hat. Um die Reaktionen auf das Textmaterial näher zu analysieren und auch besser feststellen zu können, welche Aspekte und Merkmale des Textes die Aufmerksamkeit der Versuchspersonen besonders auf sich ziehen, könnten Beobachtungsstudien interessant sein, um die Interaktion zwischen Text und lesender Person näher zu analysieren. Dies wäre auch mit elektronischen Methoden wie dem Eyetracking möglich, das die Verweildauer des Blickes auf einzelnen Wörtern und sogar Buchstaben messbar macht. Es wäre hier sehr interessant zu sehen, ob die emotionalisierten Aspekte der Texte besonders viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen oder ob Zusammenhänge bestehen zwischen emotionalen Reaktionen, dem Lesetempo und den Textelementen, denen besonders viel Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Auch in Bezug auf die unmittelbaren Reaktionen der Versuchspersonen könnte so mehr Daten erhoben werden. Eine mögliche Vorgehensweise wird von Wegener, Kohlschein, Jeschke und Neumann (2017) beschrieben. Denkbar wäre hier auch eine Kombination mit FaceReader oder ähnlichen Möglichkeiten zur Beobachtung der Muskelaktivität im Gesicht, um mit den physiologischen Daten eine zusätzliche Ebene an Informationen über die emotionale Beteiligung zu erhalten, wie beispielsweise bei Zaman und Shrimpton-Smith (2006) beschrieben.

12 Implikationen

Auf Basis der vorliegenden Arbeit ergeben sich fächerübergreifende Implikationen in verschiedenen Bereichen. Zunächst einmal wurden weitere Erkenntnisse zu geschlechtsspezifischem Lesen gewonnen, zu emotionalen Reaktionen beim Lesen und wie sich Frauen und Männer hier unterscheiden. Dies kann helfen, das Lesen selbst als gesellschaftliche Praxis besser zu verstehen und vor allem mit Blick auf die Vorbildwirkung, die Erwachsene haben, auch wichtige Erkenntnisse zur Leseförderung bei Kindern liefern.

Auch der Blick auf die geschlechtertypischen Emotionsmuster und die internalisierten Geschlechterstereotype ist für Erwachsene interessant, um sich der weitreichenden Wirkung dieser bewusst zu werden. Jede*r Erwachsene sollte ein grobes Bild der eigenen geschlechterbezogenen Vorstellungen haben, um sich dessen bewusst zu sein, dass manche Entscheidungen und Bewertungen hiervon beeinflusst werden. Wenn Stereotype, die bereits in der Kindheit vermittelt werden, nachhaltig bis in das Erwachsenenalter wirken und sogar beeinflussen, wie Informationen aufgenommen und emotional verarbeitet werden, ist es ein zentraler Gedanke, den Abbau dieser vor allem im Kindesalter zu fördern. Hier lässt sich bereits im Kindergarten ansetzen, wo schon eine Trennung zwischen den Geschlechtern stattfindet und zum Teil durch Marketingkampagnen und festsitzende Stereotype auf Seiten der Eltern und anderer Bezugspersonen gefestigt wird. Zwar wird es nicht möglich sein, diese Stereotype völlig zu eliminieren, denn dazu ist ihre entlastende Wirkung durch die Reduktion der Komplexität im menschlichen Alltag zu groß, doch bereits ein bewusstes Innehalten und Hinterfragen, ob jene Eigenschaft, diese Tätigkeit oder ein bestimmtes Produkt *wirklich* einen Geschlechterbezug haben oder ob sich hier gesellschaftlich transportierte (stereotype) Vorstellungen widerspiegeln. Die befreiende Wirkung, die eine solche offene Einstellung auf die individuellen Entscheidungen und ge-

sellschaftlichen Bewertungen hat, kann immens ausfallen. Bestätigen können dies sicherlich alle Menschen, die in ihren Interessen oder Verhaltensweisen eben nicht den Geschlechterstereotypen entsprechen. So könnte eine Frau, die von Natur aus weniger emotional ist, nicht mehr den Druck empfinden, besonders emotional und vermeintlich feminin sein zu müssen, wenn insgesamt deutlicher wird, dass es sich bei den Vorstellungen von der *emotionalen Frau* eben nicht um biologisch verankerte Fakten und Aussagen über alle Frauen handelt, sondern um Stereotype. Ebenso würden „untypisch“ emotionale Männer weniger Ausgrenzung erfahren, wenn die emotionalen Geschlechterrollen nicht die derzeit verbreitete normative Wirkung innehätten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Bildungsbereich. Je besser das psychologische Verständnis darüber wird, welche Faktoren die Reaktionen auf täglich konsumierte Textarten bedingen, desto bewusster können Lesende mit ihren eigenen Reaktionen umgehen. Hierbei spielen Emotionen eine zentrale Rolle, wie gerade in Zeiten von Fake News und Verschwörungstheorien zu beinahe jedem zentralen gesellschaftlichen Thema immer deutlicher wird. Angesichts der zahlreichen aufwühlenden und bedrohlichen Themen, die die Medien in den letzten Jahren beherrschen – mit Klimawandel, Terrorgefahr und der sogenannten Flüchtlingskrise sollen hier nur einige Beispiele genannt werden – wächst die Unsicherheit der Menschen. Dies verstärkt die Tendenz, eben solchen unseriösen Theorien Glauben zu schenken, denn ein „ein Glaube an Verschwörungen wächst etwa, wenn das Gefühl entsteht, keine Kontrolle über externe Gefahren zu haben“ (Appel & Mehretab, 2020, S.120).

Diese Aspekte legen nahe, dass das Wissen um die Vorgänge beim Lesen und die unwillkürlichen emotionalen Reaktionen zu einem zentralen Bestandteil vor allem der Medienbildung werden sollte. Bereits in der Grundschule lohnt es sich, Kindern in diesem Bereich beizubringen, dass sie nicht alles glauben sollten, was sich „richtig anfühlt“. Wissen darüber, in welchem Ausmaß ihre Emotionen sowohl ihre Entscheidungen als auch ihre Meinungsbildung beeinflussen können, kann hier ebenso entscheidend sein wie das Wissen in Bezug auf die Emotionalisierungsstrategien, die in verschiedenen Texten Verwendung finden. Wie in so vielen Bereichen gilt hier: Je bewusster der Umgang mit alledem wird, desto geringer ist die Chance, dass die Menschen auf

Falschinformationen und einfache Manipulationsversuche etwa von Extremisten oder Verschwörungstheoretikern hereinfließen. Entsprechend sollten sich diese Unterrichtseinheiten durch alle Schulstufen ziehen und nicht nur auf „emotionale Literatur“ beschränkt bleiben. Hier bietet sich ein starker Alltagsbezug an, vor allem mit Blick auf journalistische Texte und moderne Textarten wie Social Media-Postings oder Einträge in privaten Chatgruppen, die mittlerweile ebenfalls zur Massenkommunikation benutzt werden. Ein Beispiel ist hier Kanada, wo Medienkompetenz verpflichtend in jeder Klassenstufe von 1 bis 12 Unterrichtsinhalt ist (Share, 2017) und das bereits 1989 gegründete *Center for Media Literacy* beispielsweise „Five Core Concepts and Key Questions for Consumers and Producers“ herausgibt, das Leitfragen zur Dekonstruktion (und Konstruktion) von Medieninhalten beinhaltet. Fragen und dazugehörige Kernkonzepte sollen Schülerinnen und Schüler anleiten, Medieninhalte zu hinterfragen und so eine kritische Grundhaltung zu entwickeln. Der Frage „Who created this message?“ ist hier beispielsweise als Kernaussage „All media messages are constructed“ zugeordnet, zu der Frage „Why is this message being sent?“ gehört als Kernaussage „Most media messages are organized to gain profit and/or power“ (Jolls & Wilson, 2014). Bereits Kinder und Jugendliche können so das „Handwerkszeug“ dazu bekommen, hinter die Fassade vermeintlicher Informationen und Nachrichten zu schauen und sind so auch weniger anfällig, solche Falschmeldungen weiterzuverbreiten. Dass bloße Bemühungen nicht ausreichen und konkrete Strategien notwendig sind, um die Effekte der emotionalen Reaktionen zu verringern, hat sich in Studien in der Vergangenheit gezeigt, wie z.B. Lerner et al. (2015) zeigen.

Als ganz aktuelles Beispiel für weitreichende Folgen von manipulativen Medieninhalten lässt sich die Coronakrise nennen. Verschiedene Missinformationen wurden hier nicht nur durch die Presse, sondern auch durch einzelne Prominente, durch Parteien oder bestimmte Gruppierungen verbreitet. Wenn beispielsweise die BILD-Zeitung in Artikeln immer wieder darauf hinweist, dass die Schutzmaßnahmen zu massiv ausgefallen seien und dass ein Virologe der Meinung sei, durch Corona keine erhöhte Sterblichkeit zu erwarten sei („Deutschland ist zu schnell in den Lockdown gegangen“, 2020), kann das Menschen in Sorge emotional ansprechen und sie durch die emotionale Argumentationsweise davon abhalten, die Inhalte kritisch zu hinter-

fragen. Im Extremfall kann das sogar lebensgefährlich werden, sofern sich Menschen wegen der fälschlichen Sicherheit durch solche Medieninhalte nicht ausreichend schützen. Wenn Lesende nicht bewusst über ihre Emotionen nachdenken, können diese Emotionen eben durch Vorgänge wie klassisches Konditionieren oder das Ziehen einfacher Schlussfolgerungen einen großen Einfluss auf das Verhalten und die Entscheidungsfindung haben (Petty & Briñol, 2015). Es ist dementsprechend unbedingt notwendig, Menschen jeden Alters mehr Wissen in Bezug auf Strategien der Emotionalisierung und ihre Wirkweisen zu vermitteln und im Rahmen einer früh einsetzenden und fundierten Medienbildung darauf hinzuweisen, wie diese Strategien wirken und wie bewusst mit dieser Wirkung umgegangen werden kann. Auch das Wissen um die eigenen internalisierten Stereotype gehört dazu, denn auch hier hilft bewusstes Reflektieren dessen, was unbewusst den eigenen Wertesrahmen bildet den Menschen, ihre eigene emotionale Bewegung einzuordnen und Informationen von Emotionalisierung zu trennen.

Bereits angedeutet wurde ein verstärkter Blick in Richtung des Journalismus. In den letzten Jahrzehnten ist journalistisches Arbeiten unter anderem durch die Entwicklung neuer Medien in eine Krise geraten, sodass vielerorts mit zum Teil mit manipulativen und stark emotionalisierenden Methoden um das Überleben einzelner Redaktionen und Medienhäuser gekämpft wird. Auch hier ist die Coronakrise ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig innerhalb einer Gesellschaft ein gutes, unabhängiges Netz an journalistischen Angeboten ist, das ethischen und moralischen Richtlinien folgt und sich nicht vereinnahmen lässt. Zentral ist: „Journalism must not lose its competitive, critical, independent edge. It must tell people things they do not always want to hear. But it should also find better ways to give context and promote understanding so that we pay attention to and engage with the news“ (Beckett & Deuze, 2016, S.3).

Dieser Wunsch gilt allerdings nicht nur für den Journalismus, denn hier ergibt sich eine wichtige Überschneidung mit dem bereits genannten Bildungssystem: Die Methoden der unseriösen journalistischen und privaten Angebote könnten mehr und mehr ihre Wirkung verlieren, wenn alle Menschen mehr Bildung gerade in Bezug auf die emotionalisierenden Methoden hätten, die dort zur Anwendung kommen. Auch Wissenschaftsjournalismus ist hier gefragt, die wichtigen wissenschaftlichen Erkenntnisse, die an Uni-

versitäten und anderen Forschungseinrichtungen fortlaufend gewonnen werden, in einer klaren und verständlichen Weise zu vermitteln und gleichzeitig darauf aufmerksam zu machen, wie alltägliches wissenschaftliches Arbeiten funktioniert. So hätte Boulevardjournalismus weniger Chancen, den Menschen „gefühlte richtige“ Falschinformationen zu vermitteln, was ein zentraler Aspekt ist, wenn man bedenkt, dass Menschen immer eher geneigt sind, Informationen für wahr zu halten, wenn sie ohnehin ihrer Meinung entsprechen – oder einfach, wenn sie sie oft genug hören oder lesen (Appel & Doser, 2020).

Kampagnen wie die eine Aktion der BILD-Zeitung gegen das Forscherteam um den Virologen Christian Drosten (Reuter, 2020) wären so zum Scheitern verurteilt. Hier wurde ganz normaler wissenschaftlicher Alltag – nämlich das Open Review-Verfahren und der Austausch unterschiedlicher Wissenschaftler miteinander – dazu benutzt, Menschen zu manipulieren. In einer solchen globalen Krise, wie es das Coronavirus darstellt, sind Menschen emotional aufgewühlt und empfänglich für emotionalisierende Stimmungsmache. So sind sie geneigt, Falschinformationen, die trügerische Sicherheit bieten könnten, zu glauben, eben weil sie auf der Suche nach Trost und Beruhigung sind. Zwar würde der Ansatz, die Emotionen beim Lesen bewusst zu machen, hier nicht automatisch die Manipulationen unmöglich machen und auch sicher nicht bei allen Menschen gleichermaßen funktionieren, doch ein gewisser Prozentsatz an Lesenden, die sich ihrer Emotionen bewusst werden und entsprechend in Abstand zum Gelesenen gehen, bevor sie den „Teilen“-Knopf drücken, würde schon das Ausmaß an Fehlinformation eindämmen und könne im Extremfall lebensrettende Wirkung haben.

Zu dem Themenbereich der Auswirkungen von Wissen um Emotionalisierungsstrategien in journalistischen Texten hat bereits eine auf den Erkenntnissen dieser Arbeit aufbauende Studie stattgefunden, die vielversprechende Ergebnisse erbracht hat. Die Ergebnisse sind bislang unveröffentlicht.

Literaturverzeichnis

- Achar, C., So, J., Agrawal, N. & Duhachek, A. (2016). What we feel and why we buy: the influence of emotions on consumer decision-making. *Current Opinion in Psychology*, 10, 166–170.
- Aldrich, N. J. & Tenenbaum, H. R. (2006). Sadness, Anger, and Frustration: Gendered Patterns in Early Adolescents' and Their Parents' Emotion Talk. *Sex Roles*, 55 (11-12), 775–785.
- Aleman, A. & Swart, M. (2008). Sex Differences in Neural Activation to Facial Expressions Denoting Contempt and Disgust. *PLoS ONE*, 3 (11), e3622.
- Altmeppen, K.-D. & Greck, R. (Hrsg.). (2012). *Facetten des Journalismus: theoretische Analysen und empirische Studien*. Wiesbaden: Springer VS. (OCLC: 837925833)
- Anderson, E., Siegel, E. H. & Barrett, L. F. (2011). What you feel influences what you see: The role of affective feelings in resolving binocular rivalry. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47 (4), 856–860.
- Anz, T. (2012). Gefühle ausdrücken, hervorrufen, verstehen und empfinden. Vorschläge zu einem Modell emotionaler Kommunikation mit literarischen Texten. In S. Poppe (Hrsg.), *Emotionen in Literatur und Film* (S. 155–170). Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann.
- Appel, M. & Doser, N. (2020). Fake News. In M. Appel (Hrsg.), *Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co.* (S. 9–20). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Appel, M. & Mehretab, S. (2020). Verschwörungstheorien. In M. Appel (Hrsg.), *Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co.* (S. 117–126). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- Arnold, K. (2013). Die Qualität der BILD-Zeitung. Journalistische Leistungskriterien und die Boulevardpresse. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, 15 (1), 43–.
- Arrindell, W. A. (2000). Phobic dimensions: IV. The structure of animal fears. *Behaviour Research and Therapy*, 38 (5), 509–530.
- Athenstaedt, U. & Alfermann, D. (2011). *Geschlechterrollen und ihre Folgen: eine sozialpsychologische Betrachtung* (1. Aufl. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Auer, C. (2016). Internet und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 489–506). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Baddeley, A. (2012). How Does Emotion Influence Working Memory? In S. Masmoudi, D. Yun Dai & A. Naceur (Hrsg.), *Attention, representation, and human performance: Integration of cognition, emotion, and motivation* (S. 3–18). New York: Psychology Press.
- Bailey, C. (2020). The 'Worship of Nature'? Psychological and Aesthetic Theories of the Emotions as the Fin-de-Siècle. In H. Kappelhoff, J.-H. Bakels, H. Lehmann & C. Schmitt (Hrsg.), *Emotionen Ein Interdisziplinäres Handbuch*. (S. 39–47). Stuttgart: J. B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung & Carl Ernst Poeschel GmbH. (OCLC: 1135665548)
- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348 (6239), 1130–1132. doi: 10.1126/science.aaa1160
- Bal, P. M. & Veltkamp, M. (2013). How Does Fiction Reading Influence Empathy? An Experimental Investigation on the Role of Emotional Transportation. *PLoS ONE*, 8 (1), e55341.
- Barrett, L. F., Robin, L., Pietromonaco, P. R. & Eyssell, K. M. (1998). Are Women the “More Emotional” Sex? Evidence From Emotional Experiences in Social Context. *Cognition & Emotion*, 12 (4), 555–578.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. & Vohs, K. D. (2001). Bad is Stronger than Good. *Review of General Psychology*, 5 (4), 323–370.
- Beckett, C. & Deuze, M. (2016). On the Role of Emotion in the Future of Journalism. *Social Media + Society*, 2 (3), 205630511666239. doi: 10.1177/2056305116662395

- BILD.de. (2016). Der Bomben-Horror von Brüssel. Zwillingmutter starb am Check-in. *Bild.de*. Zugriff am 2016-05-22 auf <https://www.bild.de/news/ausland/terroranschlag-bruessel-flughafen-zaventem/news-eilmeldung-brussel-45027622.bild.html>
- Birditt, K. S. & Fingermaier, K. L. (2003). Age and Gender Differences in Adults' Descriptions of Emotional Reactions to Interpersonal Problems. *Psychological Sciences*, *53B* (4), 237–245.
- Blier, M. J. & Blier-Wilson, L. A. (1989). Gender Differences in Self-Rated Emotional Expressiveness. *Sex Roles*, *21* (3/4), 287–295.
- Bochenek-Borowska, L. & Schramm, W. (2011). Emotion in Geschäftsbriefen. *tekst i dyskurs – text und diskurs*, *4*, 173–184.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E. & Matassi, M. (2017). Incidental News: How Young People Consume News on Social Media. In (S. 1785–1792). Hawaii.
- Bollen, J., Mao, H. & Pepe, A. (2011). Modeling Public Mood and Emotion: Twitter Sentiment and Socio-Economic Phenomena. In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (S. 450–453). Barcelona.
- Borchert, W. (1949). Das Brot. In *Das Gesamtwerk*. Hamburg: Rowohlt.
- Boyle, G. J. (1989). Factor Structure of the Differential Emotions Scale and the Eight State Questionnaire Revisited. *The Irish Journal of Psychology*, *10* (1), 56–66.
- Bradley, M. M., Codispoti, M., Sabatinelli, D. & Lang, P. J. (2001). Emotion and motivation II: Sex differences in picture processing. *Emotion*, *1* (3), 300–319.
- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R. M. & Lozo, L. (2013). Emotionen: Kulturelle und geschlechtsspezifische Unterschiede. In *Motivation und Emotion* (S. 205–218). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Bremner, J., Soufer, R., Delaney, R., Staib, L., Duncan, J. & Charney, D. (2001). Gender differences in cognitive and neural correlates of remembrance of emotional words. *Psychopharmacology Bulletin*, *35* (3), 55–78.
- Brescoll, V. L. & Uhlmann, E. L. (2008). Can Angry Women Get Ahead? Status Conferral, Gender, and Expression of Emotion in the Workplace. *Psychological Science*, *19* (3), 268–275.

- Brody, L. (1999). *Gender, emotion, and the family*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Brody, L. R. & Hall, J. A. (2008). Gender and Emotion in Context. In M. Lewis, J. Haviland-Jones & L. F. Barrett (Hrsg.), *Handbook of emotions* (3rd ed Aufl., S. 395–408). New York: Guilford Press.
- Brody, L. R., Hall, J. A. & Stokes, L. R. (2016). Gender and Emotion: Theory, Findings, and Context. In L. F. Barrett, M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Hrsg.), *Handbook of emotions* (Fourth edition Aufl., S. 369–392). New York: Guilford Press.
- Butler, J. (1991). *Das Unbehagen der Geschlechter* (K. Menke, Übers.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bäcker, I. (2014). *Der Akt des Lesens - neu gelesen: zur Bestimmung des Wirkungspotentials von Literatur* (Nr. 12). Paderborn: Fink. (OCLC: 931462741)
- Castles, A., Rastle, K. & Nation, K. (2018). Ending the Reading Wars: Reading Acquisition From Novice to Expert. *Psychological Science in the Public Interest*, 19 (1), 5–51.
- Chaplin, T. M. (2015). Gender and Emotion Expression: A Developmental Contextual Perspective. *Emotion Review*, 7 (1), 14–21.
- Chaplin, T. M. & Aldao, A. (2013). Gender differences in emotion expression in children: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 139 (4), 735–765.
- Charlton, M., Burbaum, C. & Sutter, T. (2004). Lesen Frauen wirklich anders? Oder lesen sie nur eine andere Literatur als Männer? *SPIEL*, 1, 3–22.
- Connell, R. (2012). *Gender*. Vs Verlag Für Sozialwissenschaften.
- Cunningham, A. E. & Stanovich, K. E. (1998). What Reading Does for the Mind. *American Educator* (Spring/Summer), 1–8.
- Darwin, C. (1872). *On the Expression of the Emotions in Man and Animals*. London: John Murray.
- Dawidowski, C. (2009). *Literarische Bildung in der heutigen Mediengesellschaft: eine empirische Studie zur kultursoziologischen Leseforschung* (Nr. Bd. 6). Frankfurt am Main ; New York: P. Lang. (OCLC: ocn441151957)

- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1993). Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik. *Zeitschrift für Pädagogik*, 39 (2), 223–238.
- Deng, Y., Chang, L., Yang, M., Huo, M. & Zhou, R. (2016). Gender Differences in Emotional Response: Inconsistency between Experience and Expressivity. *PLOS ONE*, 11 (6), 1–12.
- Deutschland ist ßu schnell in den Lockdown gegangen". (2020). *Bild.de*. Zugriff am 2020-06-18 auf <https://www.bild.de/politik/inland/politik-inland/coronavirus-streeck-deutschland-ist-zu-schnell-in-den-lockdown-gegangen-71171258.bild.html>
- Djikic, M., Oatley, K. & Moldoveanu, M. C. (2013). Reading other minds: Effects of literature on empathy. *Scientific Study of Literature*, 3 (1), 28–47.
- Domes, G., Schulze, L., Böttger, M., Grossmann, A., Hauenstein, K., Wirtz, P. H., ... Herpertz, S. C. (2010). The neural correlates of sex differences in emotional reactivity and emotion regulation. *Human Brain Mapping*, 31, 758–769.
- Drumm, S., Peyer, E., Studer, T. & Thonhauser, I. (2017). Umgang mit Sachtexen im CLIL-Unterricht . Ein Beispiel anhand des Faches Biologie. In *IDT 2017. Band 1: Hauptvorträge*. Freiburg: Erich Schmidt Verlag.
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M. & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75 (3), 301–315.
- Eagly, A. H. & Sczesny, S. (2019). Editorial: Gender Roles in the Future? Theoretical Foundations and Future Research Directions. *Frontiers in Psychology*, 10, 5–7.
- Eagly, A. H. & Wood, W. (2016). Social Role Theory of Sex Differences. In W. C. A. Wong, M. Wickramasinghe, R. Hoogland & N. A. Naples (Hrsg.), *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*. John Wiley & Sons Ltd.
- Eble, M. (2012). *Medienmarken im Social Web. Wettbewerbsstrategien und Leistungsindikatoren von Online-Medien in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen aus medienökonomischer Perspektive*. (Unveröffent-

- lichte Dissertation). Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Bonn.
- Eckes, T. (2008). Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S. 178–189). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ehmig, S. C. & Heymann, L. (2018). *Lesen im Alltag - Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung im Sommer 2018* (Bericht). Mainz: Stiftung Lesen. Zugriff am 2020-02-28 auf <https://www.stiftunglesen.de/download.php?type=documentpdf&id=2431>
- Ehmig, S. C., Reuter, T. & Menke, M. (2011). *Das Potenzial von E-Readern in der Leseförderung* (Bericht). Mainz: Institut für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen. Zugriff am 2020-02-28 auf <https://www.stiftunglesen.de/download.php?type=documentpdf&id=562>
- Eichinger, L. M. (2014). Emotionen zeigen - Ihre Darstellung im Text und ihre Präsenz im Stil. In L. Vaňkova (Hrsg.), *Emotionalität im Text* (S. 35–54). Berlin: Stauffenburg.
- Ekman, P. (1970). Universal Facial Expressions of Emotion. *California Mental Health Research Digest*, 8 (4), 151–158.
- Ekman, P. (1977). Facial Expression. *Nonverbal Behavior and Communication*.
- Ekman, P. (1992). Are there basic emotions? *Psychological Review*, 99 (3), 550–553. doi: 10.1037/0033-295X.99.3.550
- Ekman, P. (1999). Basic Emotions. In T. Dalgleish & M. J. Power (Hrsg.), *Handbook of Cognition and Emotion* (S. 45–60). New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Ekman, P. (2016). What Scientists Who Study Emotion Agree About. *Perspectives on Psychological Science*, 11 (1), 31–34.
- Ekman, P. & Cordaro, D. (2011). What is Meant by Calling Emotions Basic. *Emotion Review*, 3 (4), 364–370.
- Ekman, P. & Rosenberg, E. L. (Hrsg.). (1997). *What the face reveals: basic and applied studies of spontaneous expression using the facial action coding system (FACS)*. New York: Oxford University Press.
- Erdmann, B. & Dodge, R. (1898). *Psychologische Untersuchungen über das Lesen auf experimenteller Grundlage*. Halle a.d.S.: Max Niemeier Verlag.

- Espinoza, A. M. & Strasser, K. (2020). Is reading a feminine domain? The role of gender identity and stereotypes in reading motivation in Chile. *Social Psychology of Education*.
- Evers, C., Fischer, A. H., Rodriguez Mosquera, P. M. & Manstead, A. S. R. (2005). Anger and social appraisal: A β pic β difference? *Emotion*, 5 (3), 258–266.
- Fenkart, G. (2012). *Sachorientiertes Lesen und Geschlecht: Transdifferenz, Geschlechtersensibilität, Identitätsorientierung* (1. Auflage Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.
- Ferrara, E. & Yang, Z. (2015). Measuring Emotional Contagion in Social Media. *PLOS ONE*, 10 (11), e0142390.
- Finke, C. (2018). Mit der Tochter in einem Zimmer. *der Freitag*. Zugriff am 2018-05-11 auf <https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/mit-der-tochter-in-einem-zimmer-das-ist-armut>
- Fischer, A. & LaFrance, M. (2015). What Drives the Smile and the Tear: Why Women Are More Emotionally Expressive Than Men. *Emotion Review*, 7 (1), 22–29.
- Fischer, A. H., Kret, M. E. & Broekens, J. (2018). Gender differences in emotion perception and self-reported emotional intelligence: A test of the emotion sensitivity hypothesis. *PLOS ONE*, 13 (1), 1–19.
- Fischer, A. H., Rodriguez Mosquera, P. M., van Vianen, A. E. M. & Manstead, A. S. R. (2004). Gender and Culture Differences in Emotion. *Emotion*, 4 (1), 87–94.
- Fivush, R. & Bruckner, J. P. (2000). Gender, sadness, and depression: The development of emotional focus through gendered discourse. In A. H. Fischer (Hrsg.), *Gender and Emotion. Social Psychological Perspectives* (S. 232–253). Cambridge: Cambridge University Press.
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20 (7), 2450–2468. doi: 10.1177/1461444817724170
- Focus.de. (2017). Terrorwarnung in München. Polizei hat Hinweise auf islamistische Täter. *focus.de*. Zugriff am 2017-05-30 auf https://www.focus.de/politik/deutschland/oeffentliche-veranstaltungen-meiden-terrorwarnung-fuer-muenchen-polizei-geht-von-geplantem-anschlag-aus_id_5184005.html

- Frevert, U. (2016). The History of Emotions. In L. F. Barrett, M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Hrsg.), *Handbook of emotions* (Fourth edition Aufl., S. 49–65). New York: Guilford Press.
- Frijda, N. H. (2008). The Psychologists Point of View. In M. Lewis, J. M. Haviland-Jones & L. F. Barrett (Hrsg.), *Handbook of emotions* (S. 68–87). New York: Guilford Press. (OCLC: ocn175056027)
- Früh, H. & Fahr, A. (2006). Erlebte Emotionen. Messung von Rezeptionse-motionen am Beispiel legitimierter Gewalt im Spielfilm. *Publizistik*, 51 (1), 24–38.
- Früh, W. & Becker, L. (1991). *Medienwirkungen: das dynamisch-transaktionale Modell: Theorie und empirische Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Früh, W. & Schönbach, K. (2005). Der dynamisch-transaktionale Ansatz III: Eine Zwischenbilanz. *Publizistik*, 50 (1), 4–20.
- Galanakis, M., Stalikas, A., Pezirkianidis, C. & Karakasidou, I. (2016). Reliability and Validity of the Modified Differential Emotions Scale (mDES) in a Greek Sample. *Psychology*, 07 (01), 101–113.
- Garbe, C. (2008). "Echte Kerle lesen nicht!?" – Was eine erfolgreiche Lese-förderung für Jungen beachten muss. In M. Matzner & W. Tischner (Hrsg.), *Handbuch Jungenpädagogik* (S. 301–315). Weinheim: Beltz.
- Gerlach, J. & Buxmann, P. (2011). Investigating die Acceptance of Electronic Books – The Impact of Haptic Dissonance on Innovation Adoption. *ECIS 2011, Proceedings*, 141.
- Graf, W. (2004). Zur Sachtextpräferenz männlicher Jugendlicher. *SPIEL*, 23 (1), 23–37.
- Greck, R. & Altmeppen, K.-D. (2012). Watchdogs, Quälgeister oder Schön-färber? Funktionen und Ansehen von Medien. In K.-D. Altmeppen & R. Greck (Hrsg.), *Facetten des Journalismus: theoretische Analysen und empirische Studien* (S. 109–117). Wiesbaden: Springer VS. (OCLC: 837925833)
- Grossman, M. & Wood, W. (1993). Sex Differences in Intensity of Emotional Experience: A Social Role Interpretation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (5), 1010–1022.
- Habermas, T. (2012). Emotionalisierung durch traurige Alltagserzählungen. Die Rolle narrativer Perspektiven. In S. Poppe (Hrsg.), *Emotionen in*

- Literatur und Film* (S. 65–87). Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann.
- Hahnemann, A., Oels, D., Porombka, S. & Schütz, E. (2005). Das Sachbuch. Ein noch unerschlossenes Forschungsfeld für die Literaturwissenschaft in der Wissensgesellschaft. *Humboldt-Spektrum*, 2, 36–21.
- Hannon, B. (2014). Are there gender differences in the cognitive components of adult reading comprehension? *Learning and Individual Differences*, 32, 69–79.
- Hannover, B. (2010). Sozialpsychologie. In G. Steins (Hrsg.), *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 27–42). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hayler, M. (2015). *Challenging the phenomena of technology*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. (OCLC: 964781779)
- He, S., Zheng, X., Zeng, D., Luo, C. & Zhang, Z. (2016). Exploring Entertainment Patterns of Human Emotion in Social Media. *PLOS ONE*, 11 (3), e0150630.
- Hedges, L. & Nowell, A. (1995). Sex differences in mental test scores, variability, and numbers of high-scoring individuals. *Science*, 269 (5220), 41–45. doi: 10.1126/science.7604277
- Hentschel, T., Heilman, M. E. & Peus, C. V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men’s and Women’s Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in Psychology*, 10, 8–26.
- Hess, U., Sénécal, S., Kirouac, G., Herrera, P., Philippot, P. & Kleck, R. E. (2000). Emotional expressivity in men and women: Stereotypes and self-perceptions. *Cognition & Emotion*, 14 (5), 609–642.
- Hess, U. & Thibault, P. (2009). Darwin and emotion expression. *American Psychologist*, 64 (2), 120–128.
- Hiergeist, T. (2014). *Erlesene Erlebnisse: Formen der Partizipation an narrativen Texten*. Bielefeld: Transcript. (OCLC: 931597816)
- Hines, M. (2011). Gender Development and the Human Brain. *Annual Review of Neuroscience*, 34 (1), 69–88.
- Howard, V. (2011). The importance of pleasure reading in the lives of young teens: Self-identification, self-construction and self-awareness. *Journal of Librarianship and Information Science*, 43 (1), 46–55.

- Hyde, J. S. (2014). Gender Similarities and Differences. *Annual Review of Psychology*, 65 (1), 373–398.
- Hyde, J. S. & Linn, M. C. (1988). Gender differences in verbal ability: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 104 (1), 53–69. doi: 10.1037/0033-2909.104.1.53
- Ibarra-Rius, N. & Ballester Roca, J. (2019). Literary Reading in Times of Globalisation and Diversity. *Pedagogia Social Revista Interuniversitaria* (33).
- Imhof, A., Engeli, E. & Kübler, M. (2016). *Binnendifferenzierte Sachtexte als Unterstützung für den Erwerb von domänenspezifischen Wissensbeständen und Konzepten* (Bericht). Freiburg: Institut für Mehrsprachigkeit.
- Iser, W. (1976). *Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung*. München: W. Fink.
- Izard, C. E. (1977). Differential Emotions Theory. In C. E. Izard (Hrsg.), *Human Emotions* (S. 43–66). Boston, MA: Springer US.
- Jahr, S. (2000). *Emotionen und Emotionsstrukturen in Sachtexten: ein interdisziplinärer Ansatz zur qualitativen und quantitativen Beschreibung der Emotionalität von Texten* (Nr. 59). Berlin ; New York: De Gruyter.
- Jandl, E. (1957). *schtzngrmm*. Zugriff am 2020-03-03 auf <https://www.lyrikline.org/en/poems/schtzngrmm-1230>
- Johnson-Laird, P. & Oatley, K. (2016). Emotions in Music, Literature, and Film. In L. F. Barrett, M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Hrsg.), *Handbook of emotions* (Fourth edition Aufl., S. 82–97). New York: Guilford Press.
- Jolls, J. & Wilson, C. (2014). The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy*, 6 (2), 68–78.
- Jäckel, M. (2011). *Medienwirkungen*. Place of publication not identified: Vs Verlag Fa?R Sozialwiss. (OCLC: 904052067)
- Kahr, R. (2016). Ergänzungen zum Thema Terrorismus und Social Media von Robert Kahr. In F. J. Robertz & R. Kahr (Hrsg.), *Die mediale Inszenierung von Amok und Terrorismus: zur medienpsychologischen Wirkung des Journalismus bei exzessiver Gewalt* (S. 130–134). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

- Kappelhoff, H., Bakels, J.-H., Lehmann, H. & Schmitt, C. (Hrsg.). (2020). *Emotionen Ein Interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: J. B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung & Carl Ernst Poeschel GmbH. (OCLC: 1135665548)
- Kaufman, A. S., Kaufman, J. C., Liu, X. & Johnson, C. K. (2009, März). How do Educational Attainment and Gender Relate to Fluid Intelligence, Crystallized Intelligence, and Academic Skills at Ages 22-90 Years? *Archives of Clinical Neuropsychology*, *24* (2), 153–163. doi: 10.1093/arclin/acp015
- Kemp, A., Silberstein, R., Armstrong, S. & Nathan, P. (2004). Gender differences in the cortical electrophysiological processing of visual emotional stimuli. *NeuroImage*, *21* (2), 632–646.
- Kessels, U. (2014). Sind Jungen die neuen Bildungsverlierer? In B. Spinath (Hrsg.), *Empirische Bildungsforschung* (S. 3–19). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. doi: 10.1007/978-3-642-41698-9_1
- Kidd, D. C. & Castano, E. (2013). Reading Literary Fiction Improves Theory of Mind. *Science*, *342* (6156), 377–380.
- Koenig, A. M. (2018). Comparing Prescriptive and Descriptive Gender Stereotypes About Children, Adults, and the Elderly. *Frontiers in Psychology*, *9*, 27–39.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E. & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *111* (24), 8788–8790.
- Kramp, L., Novy, L., Ballwieser, D. & Wenzlaff, K. (Hrsg.). (2013). *Journalismus in der digitalen Moderne: Einsichten - Ansichten - Aussichten*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kret, M. & De Gelder, B. (2012). A review on sex differences in processing emotional signals. *Neuropsychologia*, *50* (7), 1211–1221.
- Kring, A. M. (2000). Gender and Anger. In A. H. Fischer (Hrsg.), *Gender and Emotion. Social Psychological Perspectives* (S. 211–231). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kring, A. M. & Gordon, A. H. (1998). Sex differences in emotion: expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74* (3), 686–703.

- Kulgemeyer, C. & Starauschek, E. (2014). Analyse der Verständlichkeit naturwissenschaftlicher Fachtexte. In D. Krüger, I. Parchmann & H. Schecker (Hrsg.), *Methoden in der naturwissenschaftsdidaktischen Forschung*. Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum. doi: 10.1007/978-3-642-37827-0_20
- Kuster, F. (2019). Mann – Frau: die konstitutive Differenz der Geschlechterforschung. In B. Kortendiek, B. Riegraf & K. Sabisch (Hrsg.), *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung* (Bd. 65, S. 3–12). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. (Series Title: Geschlecht und Gesellschaft) doi: 10.1007/978-3-658-12496-0_3
- Kuzmičová, A., Schilhab, T. & Burke, M. (2018). m-Reading: Fiction reading from mobile phones. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 1–17.
- Kęsicka, K. (2015). Wie kalt ist die Rechtssprache? – Neutralitätspostulat und verbale Expressivität in Gesetzestexten des Strafrechts. Ein deutsch-polnischer Vergleich. *Comparative Legilinguistics*, 24, 101–118.
- LaFrance, M., Paluck, E. L. & Brescoll, V. (2004). Sex Changes: A Current Perspective on the Psychology of Gender. In A. H. Eagly, A. E. Beall & R. J. Sternberg (Hrsg.), *The Psychology of Gender* (2. Aufl., S. 328–344). New York: Guilford Press.
- Lange, S. (2019). *Enhanced E-Books: eine empirische Studie zum immersiven Erleben*. J.B. Metzler. (OCLC: 1112136586)
- Lazarus, R. S. (1991). Cognition and Motivation in Emotion. *American Psychologist*, 46 (4), 352–367.
- Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P. & Kassam, K. S. (2015). Emotion and Decision Making. *Annual Review of Psychology*, 66 (1), 799–823.
- Lesen in Deutschland 2008* (Bericht). (2008). Mainz: Stiftung Lesen. Zugriff am 2020-02-28 auf <https://www.stiftunglesen.de/download.php?type=documentpdf&id=11>
- Li, Y., Ashkanasy, N. M. & Mehmood, K. (2017). The experience of anger and sadness in response to hurtful behavior: Effects of gender-pairing and national culture. *Asia Pacific Journal of Management*, 34 (2), 423–441.
- Lozo, L. (2010). Emotionspsychologie. Emotionen der Geschlechter: Ein fühlbarer Unterschied? In G. Steins (Hrsg.), *Handbuch Psychologie*

- und Geschlechterforschung (S. 43–54). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. doi: 10.1007/978-3-531-92180-8_3
- Lünenborg, M. (2007). Unterhaltung als Journalismus – Journalismus als Unterhaltung. Theoretische Überlegungen zur Überwindung einer unangemessenen Dichotomie. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 67–85). Wiesbaden: VS Verlag.
- MacArthur, H. J. (2019). Beliefs About Emotion Are Tied to Beliefs About Gender: The Case of Men’s Crying in Competitive Sports. *Frontiers in Psychology, 10*, 2765.
- MacArthur, H. J. & Shields, S. A. (2015). There’s No Crying in Baseball, or Is There? Male Athletes, Tears, and Masculinity in North America. *Emotion Review, 7* (1), 39–46.
- Mar, R. A., Oatley, K., Hirsh, J., dela Paz, J. & Peterson, J. B. (2006). Bookworms versus nerds: Exposure to fiction versus non-fiction, divergent associations with social ability, and the simulation of fictional social worlds. *Journal of Research in Personality, 40* (5), 694–712.
- Mar, R. A., Oatley, K. & Peterson, J. B. (2009). Exploring the link between reading fiction and empathy: Ruling out individual differences and examining outcomes. *Communications, 34* (4).
- Mauldin, T. & Meeks, C. B. (1990). Sex Differences in Children’s Time Use. *Sex Roles, 22*, 537–554.
- Maus, E. (2014). *Wer (ver)führt zum Lesen? der Einfluss von Geschlechtermustern auf die Lesemotivation von Jungen und Mädchen*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren GmbH.
- Mees, U. (1985). Was meinen wir, wenn wir von Gefühlen reden? Zur psychologischen Textur von Emotionswörtern. *Sprache & Kognition, 1*, 2–20.
- Mellmann, K. (2006). *Emotionalisierung–von der Nebenstundenpoesie zum Buch als Freund: eine emotionspsychologische Analyse der Literatur der Aufklärungsepoche* (Nr. Bd. 4). Paderborn: Mentis.
- Mellmann, K. (2012). Schemakongruenz. Zur emotionalen Auslöserqualität filmischer und literarischer Attrappen. In S. Poppe (Hrsg.), *Emotionen in Literatur und Film* (S. 109–125). Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann.

- Merga, M. K. (2017). What Motivates Avid Readers to Maintain a Regular Reading Habit in Adulthood? *Australian Journal of Language and Literacy*, 40 (2), 146–156.
- Merisuo-Storm, T. (2006). Girls and Boys Like to Read and Write Different Texts. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 50 (2), 111–125. doi: 10.1080/00313830600576039
- Merten, J. & Krause, R. (1993). *Differentielle Affekt-Skala DAS* (Bericht). Universität des Saarlandes.
- Meyer, W.-U., Reisenzein, R. & Schützwohl, A. (2001). *Einführung in die Emotionspsychologie. 1: Die Emotionstheorien von Watson, James und Schachter* (2., überarb. Aufl. Aufl.). Bern: Huber.
- Meyer, W.-U., Schützwohl, A. & Reisenzein, R. (2003). *Einführung in die Emotionspsychologie. 2: Evolutionspsychologische Emotionstheorien* (3., korr. Aufl. Aufl.) (Nr. Wulf-Uwe Meyer, Rainer Reisenzein und Achim Schützwohl ; Bd.2). Bern: Huber.
- Mikulová, A. (2003). Expressivität in Sachtexten. *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, R8, 95–115.
- Miltner, K. M. & Highfield, T. (2017). Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF. *Social Media + Society*, 3 (3), 1–11.
- Minire91. (2017). *Terror*. Zugriff am 2017-05-14 auf <https://www.wattpad.com/323043592-kurzgeschichten-terror>
- Mokosch, T. (2016). Was wir über die Anschläge wissen. *Süddeutsche.de*. Zugriff am 2016-05-24 auf <https://www.sueddeutsche.de/politik/terror-in-bruessel-was-wir-ueber-die-anschlaege-wissen-und-was-nicht-1.2918546>
- Montagne, B., Kessels, R. P. C., Frigerio, E., de Haan, E. H. F. & Perrett, D. I. (2005). Sex differences in the perception of affective facial expressions: Do men really lack emotional sensitivity? *Cognitive Processing*, 6 (2), 136–141.
- Morgenroth, T. & Stuart, A. (2020). Gender and Psychology. In *Companion to Women's and Gender Studies* (S. 195–212). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd.
- Motro, D. & Ellis, A. P. J. (2017). Boys, don't cry: Gender and reactions to negative performance feedback. *Journal of Applied Psychology*, 102 (2), 227–235.

- Moè, A., Meneghetti, C. & Cadinu, M. (2009). Women and mental rotation: Incremental theory and spatial strategy use enhance performance. *Personality and Individual Differences*, 46 (2), 187–191. doi: 10.1016/j.paid.2008.09.030
- München, P. (2017). *Eilige Warnmeldung des Polizeipräsidiums München*. Zugriff am 2017-05-08 auf <https://www.facebook.com/polizeimuenchen/posts/821733381305745/>
- Nell, V. (1988). The Psychology of Reading for Pleasure. *Reading Research Quarterly*, 23 (1), 6–50.
- Neuberger, C. & Kapern, P. (2013). *Grundlagen des Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS. (OCLC: 829974594)
- Noguti, V., Singh, S. & Waller, D. S. (2019). Gender Differences in Motivation to Use Social Networking Sites. In I. R. Management Association (Hrsg.), *Gender Economics: Breakthroughs in Research and Practice* (S. 676–691). Hershey, PA, USA: IGI Global. doi: 10.4018/978-1-5225-7510-8
- Northoff, G. (2008). Are our emotional feelings relational? A neurophilosophical investigation of the James–Lange theory. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 7 (4), 501–527.
- Novy, L. (2013). Vorwärts (n)immer? Normalität, Normativität und die Krise des Journalismus. In L. Kramp, L. Novy, D. Ballwieser & K. Wenzlaff (Hrsg.), *Journalismus in der digitalen Moderne* (S. 17–32). Wiesbaden: Springer Fachmedien. doi: 10.1007/978-3-658-01144-4_2
- Oels, D. (2005). Wissen und Unterhaltung im Sachbuch, oder: Warum es keine germanistische Sachbuchforschung gibt und wie eine solche aussehen könnte. *Zeitschrift für Germanistik*, 15 (1), 0–27.
- O’Kearney, R. & Dadds, M. (2004). Developmental and gender differences in the language for emotions across the adolescent years. *Cognition and Emotion*, 18 (7), 913–938.
- Olave, M. A. T. (2018). Reading Matters. Towards a Cultural Sociology of Reading. *American Journal of Cultural Sociology*, 6, 417–454.
- Panero, M. E., Weisberg, D. S., Black, J., Goldstein, T. R., Barnes, J. L., Brownell, H. & Winner, E. (2016). Does reading a single passage of literary fiction really improve theory of mind? An attempt at replication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111 (5), e46–e54.

- Perrin, A. & Anderson, M. (2019). *Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018* (Bericht). Washington, D.C.: PEW Research Center.
- Perry-Parrish, C. & Zeman, J. (2011). Relations among Sadness Regulation, Peer Acceptance, and Social Functioning in Early Adolescence: The Role of Gender: Sadness Regulation in Early Adolescence. *Social Development, 20* (1), 135–153.
- Peters, C. (2011, April). Emotion aside or emotional side? Crafting an ‘experience of involvement’ in the news. *Journalism: Theory, Practice & Criticism, 12* (3), 297–316. doi: 10.1177/1464884910388224
- Petersdotter, L. (2018). *Viele Äußerungen zur aktuellen Debatte über Armut sind nur schwer erträglich*. Zugriff am 2018-04-20 auf https://twitter.com/L_Petersdotter/status/973287869426135042?s=20
- Petry, F. (2017). *In Trauer und Wut. Erneuter Terroranschlag in Deutschland?* Zugriff am 2017-05-07 auf <https://www.facebook.com/Dr.Frauke.Petry/photos/a.782724038446912/1315673088485335/?type=3>
- Petty, R. E. & Briñol, P. (2015). Emotion and persuasion: Cognitive and meta-cognitive processes impact attitudes. *Cognition and Emotion, 29* (1), 1–26.
- Pfeiffer, A. (2014). Amtliche Statistik und Soziale Medien. In C. König, M. Stahl & E. Wiegand (Hrsg.), *Soziale Medien* (S. 127–136). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-05327-7_7
- Philipp, M. (2011). Lesen und Geschlecht 2.0. Fünf empirisch beobachtbare Achsen der Differenz erneut betrachtet. *www.leseforum.ch*, 1–25.
- Pierce, K. A. & Kirkpatrick, D. R. (1992). Do men lie on fear surveys? *Behaviour Research and Therapy, 30* (4), 415–418.
- Proverbio, A. M., Adorni, R., Zani, A. & Trestianu, L. (2009). Sex differences in the brain response to affective scenes with or without humans. *Neuropsychologia, 47* (12), 2374–2388.
- Putz, T. & University of Bamberg Press. (2020). *Die Bedeutung der zeitlichen Einbettung von Geburten für die Erwerbsbiographien ost- und westdeutscher Frauen* (Unveröffentlichte Dissertation).
- Qadir, A. & Riloff, E. (2014). Learning Emotion Indicators from Tweets: Hashtags, Hashtag Patterns, and Phrases. In *Proceedings of the 2014*

- Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)* (S. 1203–1209). Doha, Qatar.
- Rajaaaaae. (2017). *Das Mädchen aus Syrien*. Zugriff am 2017-05-14 auf <https://www.wattpad.com/story/54860806-das-mädchen-aus-syrien>
- Rana, N. P., Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Patil, P., Dwivedi, Y. K. & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20 (3), 531–558. doi: 10.1007/s10796-017-9810-y
- Reilly, D., Neumann, D. L. & Andrews, G. (2019). Gender differences in reading and writing achievement: Evidence from the National Assessment of Educational Progress (NAEP). *American Psychologist*, 74 (4), 445–458. doi: 10.1037/amp0000356
- Reiss, K., Weis, M., Klieme, E. & Köller, O. (2019). *PISA 2018 Grundbildung im internationalen Vergleich*. (OCLC: 1128101016)
- Renaud, D. & Unz, D. (2006). Die M-DAS - eine modifizierte Version der Differentiellen Affekt Skala zur Erfassung von Emotionen bei der Mediennutzung. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 18 (2), 70–75. doi: 10.1026/1617-6383.18.2.70
- Reuter, B. (2020). Die „Bild“-Zeitung im Kampfmodus. Was hinter der Anti-Drosten-Kampagne von Julian Reichelt steckt. *Der Tagespiegel - Onlineausgabe*. Zugriff am 2020-06-23 auf <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/die-bild-zeitung-im-kampfmodus-was-hinter-der-anti-drosten-kampagne-von-julian-reichelt-steckt/25874882.html>
- Robertz, F. J. & Kahr, R. (2016). Zur Wirkung des journalistischen Schreibens über schwere Gewalttaten. In F. J. Robertz & R. Kahr (Hrsg.), *Die mediale Inszenierung von Amok und Terrorismus* (S. 1–9). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-12136-5_1
- Robinson, M. D. & Clore, G. L. (2002). Belief and feeling: Evidence for an accessibility model of emotional self-report. *Psychological Bulletin*, 128 (6), 934–960.
- Robinson, M. D., Johnson, J. T. & Shields, S. A. (1998). The Gender Heuristic and the Database: Factors Affecting the Perception of Gender-

- Related Differences in the Experience and Display of Emotions. *Basic and Applied Social Psychology*, 20 (3), 206–219.
- Rykalová, G. (2003). Journalistische Textsorten und ihre Einteilung. *Brüner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, 85–93.
- Rykalová, G. (2006). Das Problem der Objektivität bei der Berichterstattung. *Brüner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, R 11, 91–97.
- Rykalová, G. (2014). Emotionalität in Printmedien. In L. Vaňkova (Hrsg.), *Emotionalität im Text* (S. 211–220). Berlin: Stauffenburg.
- Rössler, P. (2011). *Skalenhandbuch Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Salerno, J. M. & Peter-Hagene, L. C. (2015). One angry woman: Anger expression increases influence for men, but decreases influence for women, during group deliberation. *Law and Human Behavior*, 39 (6), 581–592.
- Samur, D., Tops, M. & Koole, S. L. (2018). Does a single session of reading literary fiction prime enhanced mentalising performance? Four replication experiments of Kidd and Castano (2013). *Cognition and Emotion*, 32 (1), 130–144.
- Santiago-Menendez, M. & Campbell, A. (2013). Sadness and anger: Boys, girls, and crying in adolescence. *Psychology of Men & Masculinity*, 14 (4), 400–410.
- Schachter, S. (1964). The Interaction of Cognitive and Physiological Determinants of Emotional State. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Bd. 1, S. 49–80). Elsevier. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60048-9
- Scheffler, H. (2014). Soziale Medien: Einführung in das Thema aus Sicht der Marktforschung. In C. König, M. Stahl & E. Wiegand (Hrsg.), *Soziale Medien* (S. 13–27). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-05327-7_1
- Scheffler, S. (2008). Psychologie: Arbeitsergebnisse und kritische Sichtweisen psychologischer Geschlechterforschung. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S. 651–659). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schienze, A., Schäfer, A., Stark, R., Walter, B. & Vaitl, D. (2005). Gender differences in the processing of disgust- and fear-inducing pictures: an fMRI study. *NeuroReport*, 16 (3), 277–280.

- Schikowski, M. (2008). Das Sachbuch als unsachliche Erzählung. Die fünf Grundformen des Sachbuchs. *Non Fiktion 3*, 138–154.
- Schlimbach, I. (2009). *Emotionen und Informationsverarbeitung bei der Medienrezeption: Entwicklung und Überprüfung eines neuen Ansatzes*. Baden-Baden: Nomos. (OCLC: 874207238)
- Schmidt-Atzert, L., Peper, M. & Stemmler, G. (2014). *Emotionspsychologie: ein Lehrbuch* (2., vollst. überarb. und erw. Aufl. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Schmidt-Atzert, L. & Ströhm, W. (1983). Ein Beitrag zur Taxonomie der Emotionswörter. *Psychologische Beiträge*, 25, 126–141.
- Schmitz, A. (2016). *Verständlichkeit von Sachtexten: Wirkung der globalen Textkohäsion auf das Textverständnis von Schülern*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. (OCLC: 959892235)
- Schmitz, A., Schuttkowski, C., Rothstein, B. & Gräsel, C. (2016). Textkohäsion und deren Bedeutung für das Textverständnis: Wie reagieren Lernende auf temporale Kohäsion am Beispiel eines Sachtextes? *Leseforum.ch*, 2.
- Schneller, J. (2019). *Zur Zukunft des Lesens* (Bericht). Institut für Demoskopie Allensbach.
- Schwarz-Friesel, M. (2007). *Sprache und Emotion*. Tübingen: A. Francke Verlag.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz: wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer. (OCLC: ocn981003297)
- Schwippert, K., Bos, W. & Lanke, E.-M. (2004). Lesen Mädchen anders? Vertiefende Analysen zu Geschlechtsdifferenzen auf Basis der Internationalen Grundschul-Lese-Untersuchung IGLU. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 7. Jahrg. (4), 219–234.
- Seavey, C. A., Katz, P. A. & Rosenberg Zalk, S. (1975). Baby X. The Effect of Gender Labels on Adult Responses to Infants. *Sex Roles*, 1 (2), 103–109.
- Serrano-Puche, J. (2015). Emotions and Digital Technologies: Mapping the Field of Research in Media Studies. *Media@LSE Working Paper Series*, #33.
- Shanahan, M. J. & Flaherty, B. P. (2001). Dynamic Patterns of Time Use in Adolescence. *Child Development*, 72 (2), 385–401.

- Share, J. (2017). Preparing Educators fo Teach Critical Media Literacy. *The SoJo Journal: Educational Foundations and Social Justice Education*, 3 (2), 15–33.
- Shields, S. A. (2013). Gender and Emotion: What We Think We Know, What We Need to Know, and Why It Matters. *Psychology of Women Quarterly*, 37 (4), 423–435.
- Shields, S. A., MacArthur, H. J. & McCormick, K. T. (2017). The Gendering of Emotion and the Psychology of Women. In C. Travis & J. White (Hrsg.), *American Psychological Association Handbook on the Psychology of Women* (Bd. 1, S. 189–206). Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Sidorowicz, L. S. & Lunney, G. S. (1980). Baby X Revisited. *Sex Roles*, 6, 67–73.
- Simon, R. W. & Nath, L. E. (2004). Gender and Emotion in the United States: Do Men and Women Differ in Self-Reports of Feelings and Expressive Behavior? *American Journal Of Sociology*, 109 (5), 1137–1176.
- Smith, A. & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018. A majority of Americans use Facebook and YouTube, but young adults are especially heavy users of Snapchat and Instagram.* (Bericht). Washington, D.C.: PEW Research Center.
- Sniderman, P. M., Petersen, M. B., Slothuus, R., Stubager, R. & Petrov, P. (2019). Reactions to Terror Attacks: A Heuristic Model. *Political Psychology*, 40 (S1), 245–258.
- Stanzel, F. K. (2008). *Theorie des Erzählens* (8. Aufl Aufl.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. (OCLC: 248669141)
- Stark, H. (2018). Claas Relotius. Ein Fall für die Lehrbücher. *Zeit Online*. Zugriff am 2020-03-21 auf <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2018-12/claas-relotius-faelschung-journalismus-spiegel-betrug>
- Steffens, M. C. & Ebert, I. D. (2016). Auswirkungen von Stereotypen auf eigenes Verhalten. In *Frauen – Männer – Karrieren* (S. 57–69). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Steffens, M. C. & Roth, J. (2016). Diversity Kompetenz in Bezug auf Gender: Sozialpsychologisches Wissen über Geschlechterstereotype und Geschlechterrollen. In P. Genkova & T. Ringeisen (Hrsg.), *Handbuch*

- Diversity Kompetenz* (S. 273–283). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Stegbauer, C. (2018). *Shitstorms: der Zusammenprall digitaler Kulturen*. Wiesbaden: Springer.
- Steins, G. (2019). Psychologie: Geschlechterforschung – Paradigmen, Befunde und Institutionalisierung. In B. Kortendiek, B. Riegraf & K. Sabisch (Hrsg.), *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung* (Bd. 65, S. 683–690). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. (Series Title: Geschlecht und Gesellschaft) doi: 10.1007/978-3-658-12496-0_133
- Stewart, A. J. & McDermott, C. (2004). Gender in Psychology. *Annual Review of Psychology*, 55 (1), 519–544.
- Stuijzand, S., De Wied, M., Kempes, M., Van de Graaff, J., Branje, S. & Meeus, W. (2016). Gender Differences in Empathic Sadness towards Persons of the Same- versus Other-sex during Adolescence. *Sex Roles*, 75 (9-10), 434–446.
- Suchanek, A. (2018). *Armut*. Zugriff am 2018-05-02 auf <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/armut-31824>
- Tagesschau.de. (2018). Jedes fünfte Kind ist jahrelang arm. Zugriff am 2018-05-14 auf www.tagesschau.de/Finland/kinderarmut
- Tang, D., Qin, B., Liu, T. & Li, Z. (2013). Learning Sentence Representation for Emotion Classification on Microblogs. In G. Zhou, J. Li, D. Zhao & Y. Feng (Hrsg.), *Natural Language Processing and Chinese Computing. NLPC 2013* (Bd. 400, S. 212–223). Berlin: Springer.
- Telhed, U. & Adolfsson, C. (2018). Competence and confusion: How stereotype threat can make you a bad judge of your competence: Competence and confusion. *European Journal of Social Psychology*, 48 (2), O189–O197. doi: 10.1002/ejsp.2307
- Thiele, M. (2019). Geschlechterstereotype und Geschlechterrollen. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl & V. Ratković (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht* (S. 1–17). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Thorwarth, K. (2020). Attila Hildmann, Bill Gates und die große Corona-Verschwörung. *Frankfurter Rundschau*. Zugriff am 2020-05-19 auf <https://www.fr.de/meinung/attila-hildmann-corona-krise-koch-coronavirus-dreht-frei-13748885.html>

- Thurman, N. & Fletcher, R. (2019). Has Digital Distribution Rejuvenated Readership?: Revisiting the age demographics of newspaper consumption. *Journalism Studies*, 20 (4), 542–562.
- Timmers, M., Fischer, A. H. & Manstead, A. S. R. (1998). Gender Differences in Motives for Regulating Emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24 (9), 974–985.
- Tobin, R. M., Graziano, W. G., Vanman, E. J. & Tassinari, L. G. (2000). Personality, emotional experience, and efforts to control emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (4), 656–669.
- Usherwood, B. & Toyne, J. (2002). The Value and Impact of Reading Imaginative Literature. *Journal of Librarianship and Information Science*, 34 (1), 33–41.
- van Hek, M., Buchmann, C. & Kraaykamp, G. (2019, April). Educational Systems and Gender Differences in Reading: A Comparative Multilevel Analysis. *European Sociological Review*, 35 (2), 169–186. doi: 10.1093/esr/jcy054
- Vaňkova, L. (2018). Manipulation durch Emotionen. Am Beispiel der Berichterstattung aus dem medizinischen Bereich. *Slowakische Zeitschrift für Germanistik*, 10 (1), 30–40.
- Vendrell Ferran, I. (2014). Das Paradox der Fiktion. In T. Klauk & T. Köppe (Hrsg.), *Fiktionalität. Ein interdisziplinäres Handbuch* (Bd. 4, S. 313–337). Berlin/Boston: Walter deGruyter.
- Vendrell Ferran, I. (2018). *Die Vielfalt der Erkenntnis: eine Analyse des kognitiven Werts der Literatur*. Paderborn: Mentis. (OCLC: on1041920391)
- Walton, K. L. (1990). *Mimesis as make-believe: on the foundations of the representational arts*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Watson, J. B. (1913). Psychology as the Behaviorist views it. *Psychological Review*, 20 (2), 158–177.
- Watson, J. B. (1919). A Schematic Outline of the Emotions. *The Psychological Review*, 26 (3), 165–196.
- Wegener, R., Kohlschein, C., Jeschke, S. & Neumann, S. (2017). EmoLiTe – A Database for Emotion Detection During Literary Text Reading..
- Weischenberg, S. (2018). *Medienkrise und Medienkrieg: brauchen wir überhaupt noch Journalismus?* Wiesbaden: Springer.

- Welker, M. & Kloß, A. (2014). Soziale Medien als Gegenstand und Instrument sozialwissenschaftlicher Forschung. In C. König, M. Stahl & E. Wiegand (Hrsg.), *Soziale Medien* (S. 29–51). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-05327-7_2
- Wen, S. & Wan, X. (2014). Emotion Classification in Microblog Texts Using Class Sequential Rules. In *Proceedings of the Twenty-Eighth AAAI Conference on Artificial Intelligence* (S. 187–193). Québec City.
- Widmann, A. (2017). Der Kampf gegen den Terror wird in den Köpfen entschieden. *Frankfurter Rundschau*. Zugriff am 2017-05-18 auf <https://www.fr.de/politik/kampf-gegen-terror-wird-koepfen-entschieden-11064128.html>
- Wikipedia. (2017). *Anschlag auf den Berliner Weihnachtsmarkt an der Gedächtniskirchen*. Zugriff am 2017-05-09 auf [https://de.wikipedia.org/wiki/Anschlag_auf_den_Berliner_Weihnachtsmarkt_an_der_GedÄdchniskirche](https://de.wikipedia.org/wiki/Anschlag_auf_den_Berliner_Weihnachtsmarkt_an_der_Ged%C4dchniskirche)
- Winko, S. (2003a). *Kodierte Gefühle*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Winko, S. (2003b). Über Regeln emotionaler Bedeutung in und von literarischen Texten. In F. Jannidis, G. Lauer, M. MartInez & S. Winko (Hrsg.), *Regeln der Bedeutung. Zur Theorie der Bedeutung literarischer Texte* (S. 329–347). Berlin: Walter deGruyter.
- Wood, W. & Eagly, A. H. (2012). Biosocial Construction of Sex Differences and Similarities in Behavior. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Bd. 46, S. 55–123). Elsevier.
- Wood, W. & Eagly, A. H. (2015). Two Traditions of Research on Gender Identity. *Sex Roles*, 73 (11-12), 461–473.
- Yang, M. (2018). NGOs im Netz: Tendenzen hin zu massenpersönlicher Kommunikation. In N. Remus & L. Rademacher (Hrsg.), *Handbuch NGO-Kommunikation* (S. 277–293). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Yuan, J., Luo, Y., Yan, J. H., Meng, X., Yu, F. & Li, H. (2009). Neural correlates of the females' susceptibility to negative emotions: An insight into gender-related prevalence of affective disturbances. *Human Brain Mapping*, 30 (11), 3676–3686.
- Zaman, B. & Shrimpton-Smith, T. (2006). The FaceReader: measuring instant fun of use. In *Proceedings of the 4th Nordic conference on*

Human-computer interaction changing roles - NordiCHI '06 (S. 457–460). Oslo, Norway: ACM Press.

Zell, E., Strickhouser, J. E., Lane, T. N. & Teeter, S. R. (2016). Mars, Venus, or Earth? Sexism and the Exaggeration of Psychological Gender Differences. *Sex Roles*, 75 (7-8), 287–300.

Anhang

A I - Pilotstudie

A.1 I - Fragebogen

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an unserer Umfrage.

Wir behandeln im Rahmen eines Empirischen Praktikums an der Universität Koblenz das Thema „Emotion und Sprache“.

Wir möchten Sie bitten, ehrlich zu antworten und den Fragebogen vollständig auszufüllen. Ihre Daten werden stets vertraulich behandelt und können nicht in Verbindung mit Ihrer Person gebracht werden.

Falls Sie Studierende an der Universität Koblenz sind können Sie über einen von Ihnen selbst generierten Versuchspersonencode auch Versuchspersonenstunden bescheinigt bekommen.

Bitte beschreiben Sie kurz und spontan in wenigen Worten Ihre derzeitige Stimmung. Dabei müssen Sie nicht lange nachdenken, sondern können einfach das schreiben, was Ihnen als erstes einfällt.

Sie finden auf der folgenden Seite einen Text.

Bitte lesen Sie diesen ganz durch. Gehen Sie dabei ruhig in Ihrem eigenen Tempo vor und lassen Sie sich genug Zeit, um alles aufzunehmen.

In der Folge werden Ihnen noch einige Fragen zu diesem Text und Ihrer persönlichen Einschätzung gestellt.

Variierendes Stimulusmaterial (Siehe A.2)

Was fällt Ihnen spontan zu dem eben gelesenen Text in Bezug auf Emotionen ein?

Sie können hier einfach schreiben, was Ihnen zuerst einfällt, denn es kommt hier nicht auf die Form oder die Ausführlichkeit an, sondern auf den möglichst ungefilterten ersten Eindruck.

Es folgt nun eine Liste mit Wörtern, mit denen man bestimmte Gefühle und Reaktionen beschreiben kann. Bitte gehen Sie alle Wörter der Liste nacheinander durch und kreuzen an, was Sie empfunden haben, als Sie den Text gelesen haben.

Ich empfand...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu		kann ich nicht beurteilen
Interesse	<input type="radio"/>						
Freude	<input type="radio"/>						
Überraschung	<input type="radio"/>						
Trauer	<input type="radio"/>						
Vergnügen	<input type="radio"/>						
Verachtung	<input type="radio"/>						

Ich fühlte mich...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu		kann ich nicht beurteilen
wütend	<input type="radio"/>						
ausgeglichen	<input type="radio"/>						
abgestoßen	<input type="radio"/>						
gehemmt	<input type="radio"/>						
verliebt	<input type="radio"/>						
gebannt	<input type="radio"/>						

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Furcht	<input type="radio"/>				
Langeweile	<input type="radio"/>				
Faszination	<input type="radio"/>				
Ärger	<input type="radio"/>				
Zufriedenheit	<input type="radio"/>				
Geringschätzung	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
wohl	<input type="radio"/>				
angewidert	<input type="radio"/>				
reumütig	<input type="radio"/>				
ergriffen	<input type="radio"/>				
liebvoll hingezogen	<input type="radio"/>				
erschreckt	<input type="radio"/>				

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Zuneigung	<input type="radio"/>				
Ekel	<input type="radio"/>				
Spott	<input type="radio"/>				
Zorn	<input type="radio"/>				
Angst	<input type="radio"/>				
Glück	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
verschämt	<input type="radio"/>				
amüsiert	<input type="radio"/>				
aufmerksam	<input type="radio"/>				
schuldig	<input type="radio"/>				
fröhlich	<input type="radio"/>				
erstaunt	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
niedergeschlagen	<input type="radio"/>				
erheitert	<input type="radio"/>				
verlegen	<input type="radio"/>				
entmutigt	<input type="radio"/>				
bewegt	<input type="radio"/>				
angeödet	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
unbeteiligt	<input type="radio"/>				
beeindruckt	<input type="radio"/>				
tadelnswert	<input type="radio"/>				
konzentriert	<input type="radio"/>				
verblüfft	<input type="radio"/>				

(An dieser Stelle folgten einige Fragen, die mit Hilfe von Filtern nur den Versuchspersonen angezeigt wurden, die den entsprechenden Text gelesen hatten. Es folgen zunächst die Fragen für diejenigen, die die Zeitungstexte gelesen haben:)

War der Text leicht verständlich?

- sehr unverständlich
 eher unverständlich
 eher verständlich
 sehr verständlich

War Ihnen der im Artikel erwähnte Sachverhalt bereits bekannt?

- Ja
 Nein

Welches Textelement haben Sie für besonders emotional befunden?

Welcher Tageszeitung würden Sie den Artikel eher zuordnen?

- Qualitätspresse
 Boulevardpresse

Der Artikel war... (Mehrfachauswahl möglich)

- informierend

- überraschend
- ansprechend
- aufschlussreich
- sonstiges

Beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit des Artikels

- | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Unglaubwürdig | Eher unglaubwürdig | eher glaubwürdig | Glaubwürdig |

Folgende Fragen wurden nur den Versuchspersonen angezeigt, die den Text „Brot“ gelesen hatten:

Wie verständlich war für Sie der Text in Bezug auf Sprache?

- | | | | | |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| gar nicht verständlich | | | | sehr verständlich |

War Ihnen der Text vorher schon bekannt?

- ja
- nein

Ist das Verhalten der Frau für Sie nachvollziehbar?

- | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| gar nicht nachvollziehbar | nicht nachvollziehbar | | | sehr nachvollziehbar |

Ist das Verhalten des Mannes für Sie nachvollziehbar?

- | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| gar nicht nachvollziehbar | | | | sehr nachvollziehbar |

Wie gut schätzen Sie die Beziehung des Ehepaares ein?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> |
| sehr schlecht | | | | sehr gut |

Folgende Fragen wurden nur den Versuchspersonen angezeigt, die das Dada-Gedicht gelesen hatten:

Kannten Sie das Gedicht?

ja

nein

Welche Intention verfolgte Ihrer Meinung nach der Autor, als er dieses Gedicht geschrieben hat? Welche Emotionen wollte er oder sie im Leser erwecken?

Es genügt, wenn Sie die Frage knapp und stichpunktartig beantworten.

Wie verstehen Sie das Gedicht inhaltlich?

Es genügt, wenn Sie die Frage knapp und in Stichpunkten beantworten.

Wie vertraut sind Sie mit Dada?

Gar nicht vertraut

sehr vertraut

Folgende Frage wurde nur angezeigt, wenn in der Frage zuvor etwas anderes als „Gar nicht vertraut“ angegeben wurde.

In wenigen Worten: In welchen historischen Kontext ist das Gedicht Ihrer Meinung nach einzuordnen?

Ab hier wurden die Fragen dann wieder allen Versuchspersonen gleichermaßen

ßen gezeigt.

Bitte geben Sie Ihr Alter an.

Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an.

- Hochschulabschluss
- Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- Fachhochschulreife
- Abitur, allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife
- Anderen Schulabschluss
- Keinen Abschluss

Welche Medien nutzen Sie zur Informationsbeschaffung?

- Zeitung
- TV
- Internet
- Smartphon/Apps
- sonstiges

Wie häufig lesen Sie Zeitung?

- Täglich
- Mehrmals die Woche
- Mehrmals im Monat
- Einmal im Monat
- selten
- nie

Wenn Sie für die Teilnahme an dieser Umfrage Versuchspersonenstunden (0,75h) bekommen möchten, geben Sie bitte hier Ihren persönlichen Code ein.

Der Code setzt sich wie folgt zusammen:

Die Initialen des Geburtsnamens Ihrer Mutter (2-stellig)

Ihr eigener Geburtstag und -monat (4-stellig)

Der erste Buchstabe Ihres Vornamens (1-stellig)

Beispiel: Ihre Mutter heißt Berta Müller, geborene Schmidt und Sie selbst haben am 12. August Geburtstag und heißen Kim. Ihr Code wäre dann BS1208K

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

A.2 I - Stimulusmaterial

A.2.1 Gedicht

schtzngrmm

schtzngrmm

t-t-t-t

t-t-t-t

grrrrmmmm

t-t-t-t

s——c——h

tzngrmm

tzngrmm

tzngrmm

grrrrmmmm

schtzn

schtzn

t-t-t-t

t-t-t-t

schtzngrmm

schtzngrmm

tssssssssssss

grrt

grrrrt

grrrrrrrt

scht

scht

Da dachte ich, hier wäre was.“ „Ich habe auch was gehört. Aber es war wohl nichts.“ Sie stellte den Teller vom Tisch und schnappte die Krümel von der Decke. „Nein, es war wohl nichts,“ echote er unsicher.

Sie kam ihm zu Hilfe: „Komm man. Das war wohl draußen. Komm man zu Bett. Du erkältest dich noch. Auf den kalten Fliesen.“ Er sah zum Fenster hin. „Ja, das muss wohl draußen gewesen sein. Ich dachte, es wäre hier.“ Sie hob die Hand zum Lichtschalter. Ich muss das Licht jetzt ausmachen, sonst muss ich nach dem Teller sehen, dachte sie. Ich darf doch nicht nach dem Teller sehen. „Komm man,“ sagte sie und machte das Licht aus, „das war wohl draußen. Die Dachrinne schlägt immer bei Wind gegen die Wand. Es war sicher die Dachrinne. Bei Wind klappert sie immer.“ Sie tappten sich beide über den dunklen Korridor zum Schlafzimmer. Ihre nackten Füße platschten auf den Fußboden. „Wind ist ja,“ meinte er. „Wind war schon die ganze Nacht.“

Als sie im Bett lagen, sagte sie: „Ja, Wind war schon die ganze Nacht. Es war wohl die Dachrinne.“ „Ja, ich dachte, es wäre in der Küche. Es war wohl die Dachrinne.“ Er sagte das, als ob er schon halb im Schlaf wäre. Aber sie merkte, wie unecht seine Stimme klang, wenn er log. „Es ist kalt,“ sagte sie und gähnte leise, „ich krieche unter die Decke. Gute Nacht.“

„Nacht,“ antwortete er und noch: „Ja, kalt ist es schon ganz schön.“ Dann war es still. Nach vielen Minuten hörte sie, dass er leise und vorsichtig kaute. Sie atmete absichtlich tief und gleichmäßig, damit er nicht merken sollte, dass sie noch wach war. Aber sein Kauen war so regelmäßig, dass sie davon langsam einschlief.

Als er am nächsten Abend nach Hause kam, schob sie ihm vier Scheiben Brot hin. Sonst hatte er immer nur drei essen können.

„Du kannst ruhig vier essen,“ sagte sie und ging von der Lampe weg. „Ich kann dieses Brot nicht so recht vertragen. Iss du man eine mehr. Ich vertrage es nicht so gut.“

Sie sah, wie er sich tief über den Teller beugte. Er sah nicht auf. In diesem Augenblick tat er ihr leid.

„Du kannst doch nicht nur zwei Scheiben essen,“ sagte er auf seinen Teller. „Doch. Abends vertragen ich das Brot nicht gut. Iss man. Iss man.“

Erst nach einer Weile setzte sie sich unter die Lampe an den Tisch.

(Wolfgang Borchert)

A.2.3 Emotionaler Zeitungsartikel

DER BOMBEN-HORROR VON BRÜSSEL

Zwillingsmutter starb am Check-in

++ Mindestens 34 Tote, 230 Verletzte ++ Attentäter versteckten Bom-

ben in ihren Koffern ++ ISIS droht mit weiteren Anschlägen: „Was jetzt kommt, wird noch schrecklicher“ ++ Grenzübergreifende Fahndung! Brüssel-Terrorist auf der Flucht nach Deutschland? ++ Taxifahrer brachte Ermittler auf Spur von Terrorversteck.

Brüssel – ISIS-Terroristen rissen mit Anschlägen in Brüssel 24 Menschen in den Tod – 20 von ihnen in einer Metro-Station, 14 weitere am Flughafen. Unter den Opfern befindet sich auch eine Mutter von Zwillingen!

Adelma Tapia Ruiz (36) freute sich auf die Reise, wollten mit der ganzen Familie nach New York – jetzt ist sie tot!

Die gebürtige Peruanerin wartete mit ihrem Mann Christophe Delcambe und den Zwillingstöchtern Maureen und Alondra (4) am Check-in.

Seit neun Jahren lebte Adelma Tapia Ruiz in Belgien, wollte mit ihrem belgischen Mann und den Kindern ihre Schwestern besuchen, berichtete der peruanische Sender RPP.

Beim Spielen am Schalter liefen die Töchter davon, der Vater hinterher. Das rettet ihr Leben, denn in diesem Moment detonierte die Bombe. Die Mutter starb, eines der Kinder wurde am Arm verletzt. Der Bruder der Getöteten schrieb auf Facebook: „Der Schmerz ist schwierig zu beschreiben. (...) Ruhe in Frieden, kleine Schwester.“

Jetzt jagt die belgische Polizei einen Mann, der offenbar an den Attacken im Airport beteiligt war – und entkommen konnte! Die Polizei fahndet mittlerweile sogar grenzübergreifend nach dem Mann – ist der auf der Flucht nach Deutschland? Fest steht: Der Mann ist der Polizei bereits bekannt! Er stand 2015 wegen einer Reise nach Mekka im Visier der Ermittler.

ISIS bekennt sich zu den Anschlägen in Brüssel

Die Terrormiliz ISIS hat sich zu den feigen Anschlägen am Brüsseler Flughafen und in einer MetroStation bekannt! Mehrere „Soldaten des Kalifats“ hätten mit Sprengstoffgürteln und Sprengkörpern den „Kreuzfahrerstaat Belgien“ angegriffen, heißt es in einer Stellungnahme der Extremisten im Internet. Mindestens 24 Menschen sollen getötet worden sein.

Behörden: „Sehr ernste Bedrohung“

Die Terrorwarnstufe wurde auf 4 erhöht: Damit sehen die Behörden eine „sehr ernste“ Bedrohung durch unmittelbar bevorstehende Anschläge. Zudem warnte die belgische Regierung vor einer womöglich noch immer bestehenden Gefahr durch Attentäter in Brüssel. „Wir fürchten, dass Personen noch auf freiem Fuß sind“ sagte Außenminister Didier Reynders am Dienstag dem Fernsehsender RTBF. Das belgische Krisenzentrum rief die Bürger auf, in ihren Häusern zu bleiben. Alle öffentlichen Verkehrsmittel wurden gestoppt, Bahnhöfe geschlossen.

Bürgermeister: „Bomben steckten in Koffern“

Francis Vermeiren, Bürgermeister der Gemeinde Zaventem, erklärte am Dienstag der Nachrichtenagentur AFP, die Terroristen hätten die Bomben nach Behördenangaben in ihren Koffern in die Abflughalle gebracht: „Sie kamen per Taxi mit ihren Koffern, darin waren die Bomben versteckt.“ Sie hätten die Taschen dann auf Gepäckwagen gelegt und seien in das Flughafengebäude gegangen.

„Die ersten beiden Bomben explodierten“, sagte Vermeiren. Der dritte Täter habe seinen Sprengsatz nicht zur Detonation gebracht. „Er muss in Panik geraten sein“, fügte der Bürgermeister hinzu. Am Tatort habe er kriegsähnliche Szenen beobachtet, berichtete Vermeiren. „Es war grausam anzusehen.“

Wie der belgische Rundfunk „VRT“ berichtet, wollten die Männer angeblich erst fünf Koffer in das Taxi laden. Weil das Auto aber nicht groß genug war, hätten sie zwei Gepäckstücke an der Adresse zurückgelassen. Später fanden Polizisten dort einen Sprengsatz mit Nägeln, chemische Substanzen und eine ISIS-Flagge.

A.2.4 Sachlicher Zeitungsartikel

Was wir über die Anschläge wissen

Bei drei Explosionen am Flughafen und in der Metro sind mindestens 31 Menschen ums Leben gekommen. Brüssel wurde abgeriegelt. Die wichtigsten Fakten.

Was ist passiert?

In der Abflughalle des Flughafens Brüssel-Zaventem ereigneten sich am Dienstagmorgen zwei Explosionen. Kurze Zeit später kam es an der Brüsseler Metro-Station Maelbeek zu einer Explosion. Der Rauch stieg offenbar auch aus der nahegelegenen Station Schuman auf, weshalb Augenzeugen zunächst von mehreren Explosionen ausgingen. Die Brüsseler Nahverkehrsgesellschaft Stib schloss daraufhin aus Sicher-

heitsgründen alle Metro-Stationen.

Außerdem kam es Augenzeugenberichten zufolge zu einer weiteren Explosion in der Nähe der U-Bahn-Station Maelbeek – direkt an der Rue de la Loi, wo sich zahlreiche Regierungsgebäude befinden. Bei der Explosion handelte es sich aber wohl um eine kontrollierte Sprengung durch Experten. Das berichtete der Rundfunk RTBF unter Berufung auf Polizeikreise.

Die belgische Regierung hat die höchste Sicherheitswarnstufe ausgerufen. Das bestätigte Innenminister Jan Jambon.

Gab es Tote und Verletzte?

Angaben der Behörden zufolge sind mindestens 31 Menschen getötet und etwa 260 verletzt worden.

Am Flughafen seien etwa zehn Menschen ums Leben gekommen, an der Metrostation ungefähr zwanzig. Bundesinnenminister Thomas de Maizère (CDU) zufolge gibt es bislang keine Informationen, dass Deutsche unter den Opfern sind.

Waren es Terroranschläge?

Die Staatsanwaltschaft spricht offiziell von einem Terroranschlag. Dem belgischen Nachrichtensender RTBF zufolge bestätigt die Staatsanwaltschaft auch, dass die Explosionen am Flughafen von vermutlich zwei Selbstmordattentätern ausgelöst wurden.

Die radikalislamische Miliz Islamischer Staat (IS) hat sich zu den Anschlägen bekannt. Die Ermittler haben sich noch nicht dazu geäußert, wie das Bekennerschreiben einzuordnen ist.

Erst vor vier Tagen wurde einer der mutmaßlichen Drahtzieher der Terroranschläge in Paris, Salah Abdeslam, in Brüssel festgenommen. Im anschließenden Verhör sagte er den Sicherheitsbehörden, er habe weitere Anschläge in Brüssel geplant.

Die belgischen Behörden veröffentlichten eine Aufnahme von mutmaßlichen Verdächtigen. Auf dem Bild einer Überwachungskamera sind drei Männer zu sehen, die Gepäckwagen durch die Abflughalle des Brüsseler Flughafens schieben. Zwei der Männer sollen sich am Flughafen in die Luft gesprengt haben. Einem Medienbericht zufolge soll sich (sic!) um die beiden Brüder Khalid und Ibrahim El Bakraoui handeln, die aus Brüssel stammten. Der Dritte, nach dem mit Aufnahmen von Sicherheitskameras des Flughafens gefahndet wird, sei der 25-jährige Najim Laachraoui, berichtet die Zeitung De Morgen. Er stand bereits im Fokus der Sicherheitsbehörden und auf deren Fahndungslisten.

Was ist über die Täter bekannt?

Auf einem Überwachungsvideo vom Flughafen sollen die Brüder Khalid und Ibrahim El Bakraoui zu sehen sein. Sie gelten als mutmaßliche Mittäter. Als dritter Verdächtiger gilt der 25-jährige Laachraoui. Auch er ist auf dem Video zu sehen, mit dessen Bildern die Polizei nach den Männern fahndet. Laachraoui ist den Behörden seit längerem bekannt und gilt als möglicher Drahtzieher der Anschläge von Paris. Zwei der Männer, die auf dem Video zu sehen sind, sprengen sich nach den Angaben von Innenminister Jan Jambon selbst in die Luft.

Wie ist die Lage aktuell?

Die belgische Regierung warnte am Dienstag vor andauernder Gefahr durch Attentäter in der Hauptstadt Brüssel. „Wir fürchten, dass Personen noch auf freiem Fuß sind.“ sagte Außenminister Didier Reynders.

Im ganzen Land finden derzeit Razzien statt, bei denen die Polizei nach Verdächtigen und Hintermännern der Anschläge sucht. In einer Wohnung in der Gemeinde Schaarenbeck nahe der Stadt Brüssel wurden am Abend eine (sic!) Sprengkörper, Chemikalien und eine IS-Flagge gefunden.

Der Flughafen wurde evakuiert, alle Flüge umgeleitet. Polizei und Flughafensprecher rufen dazu auf, dem Flughafen fernzubleiben und alle Straßen dorthin für Helfer freizuhalten.

Der Brüsseler Flughafen und alle Metrostationen bleiben auch am Mittwoch geschlossen. auch der Fernverkehr von und nach Brüssel wurde unterbrochen, zurzeit wird er unter hohen Sicherheitsvorkehrungen wieder aufgenommen. In Belgien wurde die höchste Terrorwarnstufe ausgerufen. Verschärfte Sicherheitsvorkehrungen gelten vor allem für die internationalen Bahnhöfe, U-Bahnen, Flughäfen, Atomanlagen und den Hafen von Antwerpen.

Auch die Behörden in Frankreich, Deutschland und zahlreichen anderen europäischen Ländern haben ihre Sicherheitsvorkehrungen an Flughäfen, Bahnhöfen und in den öffentlichen Verkehrsmitteln verstärkt. Außerdem gibt es verstärkte Kontrollen an den Grenzen.

B II - Zweite Studie

B.1 II - Fragebogen

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an unserer Umfrage!

Wir behandeln im Rahmen eines Empirischen Praktikums an der Universität Koblenz das Thema „Emotion und Sprache“.

Der folgende Fragebogen beinhaltet also einige Fragen in Bezug auf Emotionen, im weiteren Verlauf wird Ihnen außerdem ein Text präsentiert.

Wir möchten Sie bitten, ehrlich zu antworten und den Fragebogen vollständig auszufüllen.

Ihre Daten werden stets vertraulich behandelt und können nicht in Verbindung mit Ihrer Person gebracht werden.

Falls Sie Studierende sind, können Sie über einen von Ihnen selbst generierten Versuchspersonencode auch Versuchspersonenstunden bescheinigt bekommen.

Bitte geben Sie an, wie sehr folgende Aussagen auf Sie zutreffen.

	trifft stark zu	trifft zu	trifft et- was zu	trifft eher nicht zu	trifft über- haupt nicht zu
Derzeit bin ich emotional aus- geglichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Derzeit bin ich emotional et- was angespannt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Derzeit bin ich emotional sehr angespannt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte mich nicht mit meinen Emotionen beschäfti- gen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lesen Sie sich die Fragen gut durch und antworten Sie spontan, es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Auch wenn die Antwortmöglichkeit nicht ganz Ihrer Person entspricht, so kreuzen Sie bitte die Antwort an, die am ehesten auf Sie zutrifft.

	Stimme zu	Stimme nicht zu
1. Ich gehe abends gerne aus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ich habe fast immer eine schlagfertige Antwort bereit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Ich bin unternehmungslustiger als die meisten meiner Bekannten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Sind wir in ausgelassener Runde, so überkommt mich oft die Lust zu groben Streichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. In einer vergnügten Gesellschaft kann ich mich meistens ungezwungen und unbeschwert auslassen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ich übernehme bei gemeinsamen Unternehmungen gerne die Führung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Ich habe gerne mit Aufgaben zu tun, die schnelles Handeln verlangen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Ich kann in eine ziemlich langweilige Gesellschaft schnell Leben bringen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Bei wichtigen Dingen bin ich bereit, mit anderen energisch zu konkurrieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Ich würde mich selbst eher als gesprächig bezeichnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Ich bin ziemlich lebhaft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Ich schließe nur langsam Freundschaften.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Ich spiele anderen Leuten gerne einen harmlosen Streich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Bei Geselligkeiten und öffentlichen Veranstaltungen bleibe ich lieber im Hintergrund.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie finden auf der folgenden Seite einen Text.

Bitte lesen Sie diesen ganz durch. Gehen Sie dabei ruhig in Ihrem eigenen Tempo vor und lassen Sie sich genug Zeit, um alles aufzunehmen.

In der Folge werden Ihnen noch einige weitere Fragen gestellt.

(Variierendes Stimulusmaterial, siehe Kapitel B.2.1.)

Es folgt nun eine Liste mit Wörtern, mit denen man bestimmte Gefühle und Reaktionen beschreiben kann. Bitte gehen Sie alle Wörter der Liste nacheinander durch und kreuzen an, was Sie empfunden haben, als Sie den Text gelesen haben.

Ich empfand...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu	kann ich nicht beurteilen
Interesse	<input type="radio"/>					
Freude	<input type="radio"/>					
Überraschung	<input type="radio"/>					
Trauer	<input type="radio"/>					
Vergnügen	<input type="radio"/>					
Verachtung	<input type="radio"/>					

Ich fühlte mich...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu	kann ich nicht beurteilen
wütend	<input type="radio"/>					
ausgeglichen	<input type="radio"/>					
abgestoßen	<input type="radio"/>					
gehemmt	<input type="radio"/>					
verliebt	<input type="radio"/>					
gebannt	<input type="radio"/>					

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Furcht	<input type="radio"/>				
Langeweile	<input type="radio"/>				
Faszination	<input type="radio"/>				
Ärger	<input type="radio"/>				
Zufriedenheit	<input type="radio"/>				
Geringschätzung	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
wohl	<input type="radio"/>				
angewidert	<input type="radio"/>				
reumütig	<input type="radio"/>				
ergriffen	<input type="radio"/>				
liebvoll hingezogen	<input type="radio"/>				
erschreckt	<input type="radio"/>				

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Zuneigung	<input type="radio"/>				
Ekel	<input type="radio"/>				
Spott	<input type="radio"/>				
Zorn	<input type="radio"/>				
Angst	<input type="radio"/>				
Glück	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
verschämt	<input type="radio"/>				
amüsiert	<input type="radio"/>				
aufmerksam	<input type="radio"/>				
schuldig	<input type="radio"/>				
fröhlich	<input type="radio"/>				
erstaunt	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
niedergeschlagen	<input type="radio"/>				
erheitert	<input type="radio"/>				
verlegen	<input type="radio"/>				
entmutigt	<input type="radio"/>				
bewegt	<input type="radio"/>				
angeödet	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
unbeteiligt	<input type="radio"/>				
beeindruckt	<input type="radio"/>				
tadelnswert	<input type="radio"/>				
konzentriert	<input type="radio"/>				
verblüfft	<input type="radio"/>				

Wie sehr treffen folgende Aussagen zu?

	gar nicht	sehr wenig	wenig	stark	sehr stark
Ich habe mich beim Lesen wohl gefühlt	<input type="radio"/>				
Ich würde den gelesenen Text als seriös einstufen.	<input type="radio"/>				
Solche Nachrichten lese ich häufig.	<input type="radio"/>				
Ich kenne solche Berichterstattung.	<input type="radio"/>				
Der Text wirkte sachlich fundiert.	<input type="radio"/>				
Der Text ist informativ.	<input type="radio"/>				

Bitte geben Sie an, inwiefern folgende Aussagen auf Sie zutreffen.

Wenn ich mich in einer belastenden Situation befinde, dann...

	Stimme zu	Stimme nicht zu
... lese ich gar nicht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... lese ich mit Absicht Literatur, die meiner Situation sehr ähnlich ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... orientiere ich mich an Literatur, die mich inhaltlich von meiner Situation ablenkt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... bleibe ich bei meinem bevorzugten Genre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ist mir ein „happy end“ sehr wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ist mir ein „happy end“ nicht so wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie gut passen folgende Aussagen zu Ihnen?

	gar nicht	sehr wenig	wenig	stark	sehr stark
Ich empfinde Freude beim Lesen.	<input type="radio"/>				
Ich habe großes Interesse am Lesen.	<input type="radio"/>				
Lesen bereitet mir ein Gefühl von innerem Erfülltsein.	<input type="radio"/>				
Lesen ist für mich Mittel zum Zweck (für die Aus- bzw. Weiterbildung).	<input type="radio"/>				
Lesen ist für mich eine Art Belohnung.	<input type="radio"/>				
Lesen ist sehr anstrengend.	<input type="radio"/>				

Welches sind die Hauptgründe für Ihr Lesen?

	gar nicht	sehr we- nig	wenig	stark	sehr stark
Ich lese, um mich abzulenken (z.B. vom Alltag).	<input type="radio"/>				
Ich lese zur Unterhaltung.	<input type="radio"/>				
Ich lese, um mir Wissen/Kenntnisse/Fähigkeiten anzueignen.	<input type="radio"/>				
Ich lese aus Zwang (für die Schule, Uni, Arbeit,...).	<input type="radio"/>				
Ich lese aus Freude bzw. zum Vergnügen.	<input type="radio"/>				
Ich lese, weil mein soziales Umfeld auf liest (z.B. um mitreden zu können).	<input type="radio"/>				

Wie viele Bücher lesen Sie durchschnittlich im Monat?

Über welche Medien informieren Sie sich über aktuelle Geschehnisse?

- Fernsehen
- Zeitschriften/Zeitungen, gedruckt
- Zeitschriften/Zeitungen, online
- Radio
- Soziale Medien (Facebook, Twitter etc.)
- Youtube
- Freunde/Bekannte
- gar nicht

Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	weiß nicht	trifft et- was zu	trifft zu
Ich habe als Kind/Jugendliche*r gern gelesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe als Kind/Jugendliche*r nur gelesen, was ich musste.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wurde in meiner Kindheit zum Lesen angeregt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bekam als Kind oft Bücher geschenkt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als Kind wurde ich oft in Buch- handlungen oder Bibliotheken mitgenommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Bezugspersonen als Kind haben oft gelesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe als Kind/Jugendliche*r nach der Schule freiwillig gelesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie oft wurde Ihnen als Kind vorgelesen?

- gar nicht
- unregelmäßig, alle paar Wochen
- etwa einmal in der Woche
- mehrmals pro Woche
- täglich

Wie lange wurde Ihnen dabei jeweils vorgelesen? (in Minuten)

Wie oft haben Ihnen folgende Bezugspersonen jeweils vorgelesen?

	nie	selten	manchmal	oft	immer
Mutter	<input type="radio"/>				
Vater	<input type="radio"/>				
Geschwister	<input type="radio"/>				
Großeltern	<input type="radio"/>				
Sonstige Verwandte	<input type="radio"/>				
Lehrer*innen	<input type="radio"/>				
Erzieher*innen	<input type="radio"/>				
Freund*innen	<input type="radio"/>				

Schätzen Sie, in welcher der folgenden Fähigkeiten Frauen oder Männer besser sind. Bitte setzen Sie pro Zeile ein Kreuz.

	Männer bes- ser						Frauen bes- ser
Erkennen von komplizierten Skizzen, wenn sie auf dem Kopf stehen	O	O	O	O	O	O	O
Erkennen von bekannten Gegenständen aus verschiedenen Perspektiven	O	O	O	O	O	O	O
Nutzung von Orientierungspunkten bei der Wegfindung	O	O	O	O	O	O	O
Präzises Zusammenfassen eines Films oder eines Buches	O	O	O	O	O	O	O
Skizzieren einer Karte der Heimatumgebung	O	O	O	O	O	O	O
Kartenlesen (Landkarten, Stadtpläne)	O	O	O	O	O	O	O
Vorstellen von abstrakten Objekten und die Fähigkeit, diese mental zu drehen	O	O	O	O	O	O	O
Sicherer Umgang mit der Rechtschreibung	O	O	O	O	O	O	O
Erinnern von Namen, z.B. von Gästen auf einer Party	O	O	O	O	O	O	O
Fließendes Sprechen von mehreren Sprachen	O	O	O	O	O	O	O
Vergesslichkeit, z.B. Verlegen von Gegenständen (Schlüssel)	O	O	O	O	O	O	O
Innerhalb einer Minute viele Wörter mit den gleichen Anfangsbuchstaben finden	O	O	O	O	O	O	O
Erinnern an einen Weg, der viele Abzweigungen beinhaltet	O	O	O	O	O	O	O
Synonyme finden	O	O	O	O	O	O	O
Das Wichtigste aus einem Zeitungsartikel zusammenfassen	O	O	O	O	O	O	O

Bitte geben Sie Ihr Alter an.

Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

O Weiblich

- Männlich
- Sonstiges

Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu?

- Frau
- Mann
- Transfrau
- Transmann
- nicht-binär
- sonstiges

Bitte geben Sie Ihre sexuelle Identität an.

- heterosexuell
- homosexuell
- bi-/pansexuell
- asexuell
- sonstige

Bitte geben Sie Ihre Muttersprache an

Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an.

- Kein Abschluss
- Hauptschulabschluss
- Mittlere Reife
- abgeschlossene Berufsausbildung
- Abitur/Fachabitur
- Meisterbrief
- Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschulreife)
- Promotion

Bitte geben Sie an, welcher Tätigkeit Sie hauptberuflich nachgehen.

- Student*in
- Schüler*in
- Hausfrau/Hausmann
- Angestellte*r

- O Arbeiter*in
- O Rentner*in
- O Sonstiges
- O Arbeitssuchende*r

Wenn Sie für die Teilnahme an dieser Umfrage Versuchspersonenstunden (0,75) bekommen möchten, geben Sie bitte hier Ihren persönlichen Code ein. Der Code setzt sich wie folgt zusammen:

Die Initialen des Geburtsnamens Ihrer Mutter (2-stellig)

Ihr eigener Geburtstag und -monat (4-stellig)

Der erste Buchstabe Ihres Vornamens (1-stellig)

Beispiel: Ihre Mutter heißt Berta Müller, geborene Schmidt und Sie selbst haben am 12. August Geburtstag und heißen Kim. Ihr Code wäre dann BS12008K

Um Ihre Unterschrift zu bekommen, sprechen Sie eine*n von uns nach der Posterpräsentation am 19.07. persönlich an.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

B.2 II - Stimulusmaterial

B.2.1 Emotionaler Zeitungsartikel

Der Kampf gegen den Terror wird in den Köpfen entschieden

Niemand ist sicher, nirgendwo auf der Welt. Erfolg hat der Terrorismus nur dort, wo Menschen seiner Ideologie auf den Leim gehen.

Wieder ein Laster. Kurz vor vor 15 Uhr fährt ein Brauereilastwagen in eine Menschenmenge in der Stockholmer Drottningatan, einer der wichtigsten Einkaufstraßen der Stadt. Drei Tote und einige Verletzte. Es geht kein Aufschrei durch die Redaktion. Vor dem großen Fernseher stehen keine Trauben. Es wird eher ruhig, weil jeder an seinem Platz sitzt und versucht, mehr in Erfahrung zu bringen. Wir haben uns an den Terror gewöhnt. Wir wissen, wie wir mit ihm umzugehen haben. Aber in uns gärt es. In Wahrheit wissen wir nur, was wir tun müssen, um uns ruhig

zu halten. Was wir tun können gegen den Terrorismus, wissen wir nicht. Wir wissen nicht einmal, wie wir uns schützen können, gegen das Gefühl absoluter Hilflosigkeit. Wir wissen allerdings, dass es dem Terroristen genau um die Herstellung dieses Gefühls geht. Er erlebt sich als mächtig, wenn er uns ohnmächtig sieht.

Der Brauerei-LKW war kurz vor dem Anschlag gestohlen worden. Die Behörden gehen von einem Terroranschlag aus. Der Tatort und die Umgebung bleiben bis auf weiteres abgesperrt. Eisenbahn- und U-Bahn-Verkehr wurde zwischenzeitlich eingestellt. Schwer bewaffnete Polizei durchstreift die Stadt. Über den Verbleib des Fahrers war zunächst nichts bekannt. Man weiß nicht, ob nicht noch mehrere Menschen beteiligt sind. Geschweige denn, welche Organisation hinter dem Anschlag steckt.

Nizza (Juli 2016), Berlin (Dezember 2016), Stockholm – alles Lastwagenangriffe. In Nizza und Berlin waren es islamistische Attentäter. In Stockholm wird noch gerätselt. Der Lastwagen ist eine leicht zu organisierende, leicht zu manövrierende Waffe. Und, das haben wir gesehen, man muss noch nicht einmal ein Selbstmordattentäter sein, um sie zum Einsatz zu bringen.

B.2.2 Sachlicher Zeitungsartikel

+++ Terrorwarnung in München +++ Polizei hat Hinweise auf islamistische Täter

Die Polizei in München hat am Silvesterabend vor einem Terroranschlag in der bayerischen Landeshauptstadt gewarnt. „Wir haben konkrete Hinweise, die wir nicht unter den Teppich kehren können“, sagte eine Sprecherin. Die Hinweise auf eine Terrorgefahr haben sich im Laufe des Abends ergeben.

23:40 Uhr: Einsatzkräfte mit schweren Waffen sichern die Eingänge am Hauptbahnhof. Auf Fragen von Touristen, wann am Hauptbahnhof wieder Züge fahren werden, gaben die Beamten keine konkreten Auskünfte.

23:42 Uhr: Die Münchner Polizei hat nach der Terrorwarnung am Silvesterabend den Hauptbahnhof in der Stadt evakuiert und angefangen, das umliegende Gelände freizuräumen. Polizisten baten die Menschen, die sich zunächst noch in der Nähe des Gebäudes aufgehalten hatten, die Gegend zu verlassen.

00:07 Uhr: Noch immer ist die Situation in München angespannt: „Die Lage ist akut, wir können keine Entwarnung geben“ so ein Sprecher der Polizei gegenüber ZEITUNGXY Online. Der öffentliche Verkehr laufe inzwischen wieder, der Hauptbahnhof sowie der Bahnhof Pasing würden jedoch nicht angefahren.

01:03 Uhr: Hinter dem drohenden Terroranschlag in München sollen nach Angaben der Polizei islamistische Attentäter stecken. Es handelte sich nach den Informationen der Beamten um eine nicht näher benannte Gruppe, sagte eine Sprecherin der Polizei in der Nacht zum Freitag. Nach Informationen der „Süddeutschen Zeitung“ stehen sechs mögliche Täter im Fokus der Ermittlungen.

B.2.3 Emotionale Kurzgeschichte

Terror

„Mama?“ „Wo bist du?“ schreit sie panisch in den Hörer.

„Ich-“ „Dein Bruder hat mir Videos aus dem Internet gezeigt“ unterbricht sie mich.

„Es heißt, es gäbe Explosionen in der Innenstadt. Wo bist du?“

Natürlich.

Natürlich wurden mittlerweile Videos hochgeladen. Facebook, Instagram, die ganze Onlinewelt war schon informiert. Ich versuche meine rasenden Gedanken in den Griff zu bekommen, als mich Mamas angsterfüllte Stimme wieder ins Hier und Jetzt zieht.

„Wo bist du? Komm sofort nach Hause! Bist du verletzt?“ Die letzte Frage sorgt dafür, dass ich endlich einen richtigen Blick auf mein Bein werfe. Mir wird schlagartig schwarz vor Augen und es dauert nur einen Wimpernschlag, bis ich zu würgen beginne – ein Glück, dass ich meinen Magen bereits entleert habe.

Mein linker Oberschenkel hat außen eine große, hässliche Fleischwunde abbekommen. Fast meine komplette Jeans war in Blut getränkt. Dafür, dass ich bei der ersten Explosion direkt gegenüber der Commerzbank stand, scheint es mir fast so, als hätte ich Glück gehabt. Glück, das anderen verwehrt geblieben ist. Mein Handy ganz vergessen, bleibe ich abrupt stehen, als ich lautes Weinen höre.

Mit dem Rücken zu mir kniet eine Frau mitten auf der Straße und schlägt sich mit den Fäusten immer wieder gegen den Kopf. Ein Mann – ihr Ehemann? – steht etwa drei Meter von ihr und schreit verzweifelt nach Hilfe. Er weint. Nein, er schluchzt.

Er schluchzt so heftig, dass er kaum Luft bekommt. Als er bemerkt, dass seine Hilferufe zwecklos zu sein scheinen, schläft er mit der Fäust gegen eine Wand, bis seine Hand ganz blutig ist. Dann kniet er vor die Frau, deren Weinen herzzerreißender nicht sein könnte.

B.2.4 Sachliche Kurzgeschichte

Das Mädchen aus Syrien.

Wie jeden Morgen weckt mich mein Wecker laut und erschreckend auf. Andere haben einen Wecker, der ihnen keinen Schaden zufügen kann. Mein Wecker kann jedoch hunderten von Menschen Schaden zufügen. Ich lebe in Syrien und da ist es normal, von einer Bombe geweckt zu werden. Wenn ich aufstehe ist das erste was ich mache, nachzuschauen ob meine Familie die Qual der Bombe überstanden hat. Ich heiße Zara El Assir. Tochter von Muhamed El Assir und Hayat El Assir. Ich lebe zusammen mit meinen Eltern, meinen Geschwistern Leela und Medina und meinem kleinen Bruder Saheer in einer sehr kleinen Bucht, die viele undichte Stellen hat. Obwohl es für uns eine Last ist, eine kleine Hütte mit 6 Leuten zu teilen, helfen wir uns gegenseitig. Mein Vater lebte für eine Zeit in Deutschland als angesehener Arzt. Wir lebten in Syrien, weil wir kein Visum bekommen haben, aber mein Vater besuchte und unterstützte uns. Als er uns eines Tages besuchte, wusste er nicht das er nie wieder zurück nach Deutschland kann. Er wurde von den Terroristen eiskalt verhört und hat es geschafft zu fliehen. Jedoch verlor er dabei sein Visum und kann nun nicht mehr nach Deutschland zurück. Jetzt leben wir alle mit Angst im Herzen zusammen.

B.2.5 Emotionales Social Media-Posting

Facebook am 19. Dezember 2016

++ In Trauer und Wut! ++

Erneuter Terroranschlag in Deutschland!?

"Grenzenlose Freiheit", die offenbar von vielen Kriminellen und auch Terroristen gerne genutzt wird. Der Ablauf des tragischen Vorfalls in Berlin heute Abend erinnert sehr an einen geplanten Terroranschlag, auch die Polizei geht davon aus, dass es sich um einen Terroranschlag handelt, auch wenn die Sprecher der Regierung wieder mehr wissen und herunterzuspielen versuchen. Man fragt nach den Vorgängen

gerade live im Fernsehen was für ein Sicherheitskonzept der Veranstalter entwickelt hat und es sei zu prüfen, welche Versäumnisse er eventuell begangen hat, weil er so etwas nicht verhindert habe!

Verkehrte Welt.

Kein Wort darüber, wer tatsächlich Schuld an diesen Vorgängen trägt, nämlich Tür und Tor zu öffnen, illegale Einwanderer ohne Prüfung und Kontrolle in Massen zuzulassen und selbst nach den Vorgängen der letzten 15 Monate wie in Würzburg, Köln, Hamburg Stuttgart und vielen anderen Städten Deutschlands spricht unsere Regierung immer noch von Einzelfällen und beschwichtigt, statt die Fehler einzusehen und geeignete Sicherheitsmaßnahmen zu ergreifen!

Nun wurde es traurige Wahrheit. Nicht, weil wir davor gewarnt, sondern weil man uns beschimpft und weiter nichts gegen die drohenden Gefahren unternommen hat! Politiker tragen hier eine erhebliche Mitschuld! Die von dort geäußerte Anteilnahme muss wie reine Heuchelei erscheinen!

Unter dem Deckmantel der Hilfsbereitschaft haben wir unsere innere Sicherheit völlig aufgegeben. Es sind unglaubliche Gefühle! Wut und Trauer wechseln sich ab! Jeder Mensch mit normalem Menschenverstand hat diese Gefahr gesehen und es nur für eine Frage der Zeit gehalten, bis so etwas (wieder und wieder!) passiert. Es ist unverantwortlich und unmenschlich, was sich unsere Regierung hier leistet und geleistet hat.

Es wird Zeit, dass sich etwas ändert.

B.2.6 Sachliches Social Media-Posting

+++ Eilige Warnmeldung des Polizeipräsidiums München +++

Aufgrund ernst zu nehmender aktueller Hinweise geht die Münchner Polizei von der Gefahr eines Terroranschlages im Bereich München aus. Nach vorliegenden und von uns als ernst bewerteten Informationen soll es diese Nacht zu einem Anschlag kommen.

Die Münchner Polizei bittet die Bevölkerung eindringlich, sich vor diesem Hintergrund vorerst von größeren Menschenansammlungen fern zu halten sowie den Hauptbahnhof München und den Bahnhof Pasing zu meiden. Wir arbeiten mit Nachdruck sowie hohem Personaleinsatz an der Bereinigung der Lage sowie der

Ermittlung möglicher Tatverdächtiger.

Wir halten euch hier und auf unsererer Twitter Seite @polizeimünchen auf dem Laufenden!

Wir haben Kräfte aus dem gesamten südbayerischen Raum nach München geholt. Zusammen mit den Spezialkräften sorgen diese für Eure Sicherheit.

Wir weisen ausdrücklich noch einmal darauf hin, dass wir die Drohung nach wie vor sehr ernst nehmen!

Der Pasinger Bahnhof sowie der Hauptbahnhof sind bereits jetzt geräumt und werden von den Bahnen nicht mehr angefahren. Bitte beachtet die Anweisungen der Polizei!

Ergänzung 04:00 Uhr:

Der Hauptbahnhof und der Bhf Pasing sind mittlerweile wieder freigegeben und offen. Wir bleiben weiterhin vor Ort und wachsam.

Ergänzung 04:45 Uhr:

Wir sind sehr froh, dass heute Nacht nichts passiert ist. Die Ermittlungen laufen natürlich weiter. Wir bleiben im Einsatz. Unser Grundsatz bleibt:

Wenn wir eine Gefahr für die Bevölkerung nicht ganz ausschließen können, werden wir Euch warnen.

Wenn sich an der jetzigen Lage etwas ändert, informieren wir Euch hier.

Bis dahin wünschen wir Euch eine hoffentlich ruhige Nacht!

B.2.7 Sachtext

Der Fahrer einer polnischen Spedition nahe Stettin hatte die Scania-R-450-Sattelzugmaschine mit Auflieger, beladen mit 25 Tonnen Baustahl, von Italien nach Berlin überführt und bei ThyssenKrupp Schulte am Friedrich-Krause-Ufer auf die Entladung gewartet.

Die GPS-Daten des Lkw weisen erste Rangierfahrten um 15:45 Uhr aus, die später von dem polnischen Speditionsunternehmer als Übungsfahrten am Lkw durch eine Person, die mit diesem nicht vertraut ist, interpretiert wurden. Etwa ab diesem Zeitpunkt war der Speditionsfahrer telefonisch nicht mehr erreichbar. Laut den Ermittlungsbehörden wurde der Speditionsfahrer auf dem Beifahrersitz sitzend vom Attentäter auf dem Parkplatz des Lastwagens erschossen.

Nachdem Amri den Lkw in Besitz genommen hatte, umrundete er zunächst den Weihnachtsmarkt und chattete mit Glaubensbrüdern aus Berlin und dem Ruhrgebiet. Unter anderem schickte er ein Selfie aus dem Führerhaus des Lkw und die Nachricht „Mein Bruder, alles in Ordnung, so Gott will. Ich bin jetzt im Auto, bete für mich mein Bruder, bete für mich.“ Gegen 20 Uhr fuhr der Attentäter den Sattelzug von der Hardenbergstraße kommend in die Einfahrt des Weihnachtsmarktes an der Gedächtniskirche am Breitscheidplatz. Von dort fuhr er etwa 70 bis 80 Meter über den Markt durch die Besuchermenge, zerstörte mehrere Verkaufsstände und kam schließlich auf der Richtungsfahrbahn Ost der den Platz tangierenden Budapester Straße zum Stehen. Nach dem Ermittlungsergebnis wurde durch den Aufprall auf die ersten Hütten das automatische Bremssystem des Lkw ausgelöst. Dadurch stoppte der Wagen nach 70 bis 80 Metern, was nach Einschätzung der Ermittler vielen Menschen das Leben gerettet hat.

Erste Meldungen gingen um 20:02 Uhr bei der Berliner Polizei ein. Der polnische Speditionsfahrer des Sattelzugs wurde nach dem Anschlag erschossen auf dem Beifahrersitz gefunden, er wurde am Tag nach dem Anschlag vom Eigentümer der Spedition identifiziert

C III - Dritte Studie

C.1 III - Fragebogen

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an unserer Umfrage!

Wir behandeln im Rahmen eines Forschungspraktikums an der Universität Koblenz das Thema „Emotionale Reaktionen beim Lesen“. Der folgende Fragebogen beinhaltet also einige Fragen im Bezug auf einen Text, der Ihnen gleich zur Verfügung gestellt wird, aber darüber hinaus auch persönliche Fragen in Bezug auf Ihre Einstellung zu Emotionen.

Wir möchten Sie bitten, ehrlich zu antworten und den Fragebogen vollständig auszufüllen, denn Ihre Antworten sind für unsere Forschung sehr wertvoll.

Ihre Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt und können niemals in Verbindung mit Ihrer Person gebracht werden.

Falls Sie Studierende sind, können Sie über einen von Ihnen selbst generierten Versuchspersonencode auch Versuchspersonenstunden bescheinigt bekommen, wenn Sie sich mit dem Code an (zensiert) wenden.

Auf der folgenden Seite bekommen Sie einen kurzen Text angezeigt. Bitte lesen Sie ihn in Ruhe und lassen Sie sich dabei die Zeit, die Sie benötigen.

Im Anschluss werden Ihnen dazu einige Fragen gestellt.

(Variierendes Stimulusmaterial, siehe Kapitel C.2)

Es folgt nun eine Liste mit Wörtern, mit denen man bestimmte Gefühle und Reaktionen beschreiben kann. Bitte gehen Sie alle Wörter der Liste nacheinander durch und kreuzen an, was Sie empfunden haben, als Sie den Text gelesen haben.

Ich empfand...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu	kann ich nicht beurteilen
Interesse	<input type="radio"/>					
Freude	<input type="radio"/>					
Überraschung	<input type="radio"/>					
Trauer	<input type="radio"/>					
Vergnügen	<input type="radio"/>					
Verachtung	<input type="radio"/>					

Ich fühlte mich...

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu	kann ich nicht beurteilen
wütend	<input type="radio"/>					
ausgeglichen	<input type="radio"/>					
abgestoßen	<input type="radio"/>					
gehemmt	<input type="radio"/>					
verliebt	<input type="radio"/>					
gebannt	<input type="radio"/>					

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Furcht	<input type="radio"/>				
Langeweile	<input type="radio"/>				
Faszination	<input type="radio"/>				
Ärger	<input type="radio"/>				
Zufriedenheit	<input type="radio"/>				
Geringschätzung	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
wohl	<input type="radio"/>				
angewidert	<input type="radio"/>				
reumütig	<input type="radio"/>				
ergriffen	<input type="radio"/>				
liebvoll hingezogen	<input type="radio"/>				
erschreckt	<input type="radio"/>				

Ich empfand...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
Zuneigung	<input type="radio"/>				
Ekel	<input type="radio"/>				
Spott	<input type="radio"/>				
Zorn	<input type="radio"/>				
Angst	<input type="radio"/>				
Glück	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
verschämt	<input type="radio"/>				
amüsiert	<input type="radio"/>				
aufmerksam	<input type="radio"/>				
schuldig	<input type="radio"/>				
fröhlich	<input type="radio"/>				
erstaunt	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
niedergeschlagen	<input type="radio"/>				
erheitert	<input type="radio"/>				
verlegen	<input type="radio"/>				
entmutigt	<input type="radio"/>				
bewegt	<input type="radio"/>				
angeödet	<input type="radio"/>				

Ich fühlte mich...

	gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
unbeteiligt	<input type="radio"/>				
beeindruckt	<input type="radio"/>				
tadelnswert	<input type="radio"/>				
konzentriert	<input type="radio"/>				
verblüfft	<input type="radio"/>				

Schätzen Sie, in welcher der folgenden Fähigkeiten Frauen oder Männer besser sind. Bitte setzen Sie pro Zeile ein Kreuz.

	Männer bes- ser						Frauen bes- ser
Erkennen von komplizierten Skizzen, wenn sie auf dem Kopf stehen	<input type="radio"/>						
Erkennen von bekannten Gegenständen aus verschiedenen Perspektiven	<input type="radio"/>						
Nutzung von Orientierungspunkten bei der Wegfindung	<input type="radio"/>						
Präzises Zusammenfassen eines Films oder eines Buches	<input type="radio"/>						
Skizzieren einer Karte der Heimatumge- bung	<input type="radio"/>						
Kartenlesen (Landkarten, Stadtpläne)	<input type="radio"/>						
Vorstellen von abstrakten Objekten und die Fähigkeit, diese mental zu drehen	<input type="radio"/>						
Sicherer Umgang mit der Rechtschrei- bung	<input type="radio"/>						
Erinnern von Namen, z.B. von Gästen auf einer Party	<input type="radio"/>						
Fließendes Sprechen von mehreren Spra- chen	<input type="radio"/>						
Vergesslichkeit, z.B. Verlegen von Gegen- ständen (Schlüssel)	<input type="radio"/>						
Innerhalb einer Minute viele Wörter mit den gleichen Anfangsbuchstaben finden	<input type="radio"/>						
Erinnern an einen Weg, der viele Abzwei- gungen beinhaltet	<input type="radio"/>						
Synonyme finden	<input type="radio"/>						
Das Wichtigste aus einem Zeitungsartikel zusammenfassen	<input type="radio"/>						

Es folgt nun eine Liste mit Aussagen in Bezug auf Emotionen.

Bitte kreuzen Sie an, wie stark Sie diesen zustimmen.

	Stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	weder noch	stimme eher zu	stimme eher zu	stimme zu
Frauen zeigen ihre Emotionen offener als Männer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Männer erleben nicht so viele Emotionen wie Frauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frauen sind das emotionalere Geschlecht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Männer verstecken ihre Emotionen eher als Frauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frauen erleben differenziertere Emotionen als Männer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Männer bemerken Emotionen bei ihren Mitmenschen oft nicht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frauen erleben ihre Emotionen stärker als Männer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Männer sind allgemein nicht so emotional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frauen sind sensibel für die Emotionen anderer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Männer erleben nicht so starke Emotionen wie Frauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte geben Sie Ihr Alter an.

Bitte geben Sie Ihr biologisches Geschlecht an.

- Weiblich
- Männlich
- Sonstiges

Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an.

- Kein Abschluss
- Hauptschulabschluss
- Mittlere Reife
- abgeschlossene Berufsausbildung (Geselle)
- Abitur/Fachabitur
- Meisterbrief

Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschulreife)

Promotion

Bitte geben Sie an, welcher Tätigkeit Sie hauptberuflich nachgehen.

Student*in

Schüler*in

Hausfrau/Hausmann

Angestellte*r

Arbeiter*in

Rentner*in

Sonstiges

Wo haben Sie den Großteil Ihres Lebens gewohnt?

In einem Dorf

In einer Kleinstadt (unter 100 000 Einwohner)

In einer Großstadt

sonstiges

Es folgt eine Liste mit persönlichen Aussagen. Bitte kreuzen Sie an, wie stark Sie diesen zustimmen. Antworten Sie dabei bitte schnell und ohne lange darüber nachzudenken.

	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	weder noch	stimme eher zu	stimme zu
Ich halte mich selbst für emotional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mich ärgere, zeige ich das direkt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich zeige offen meine Emotionen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich reguliere meine Emotionen in Situationen, in denen sie unpassend erscheinen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meist lasse ich mir nicht anmerken, was in mir vorgeht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sensibel für die Emotionen meiner Mitmenschen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mich über etwas freue, zeige ich das offen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wenn Sie für die Teilnahme an dieser Umfrage Versuchspersonenstunden (0,75) bekommen möchten, geben Sie bitte hier Ihren persönlichen Code an. Der Code setzt sich folgendermaßen zusammen:

Die Initialen des Geburtstnamens Ihrer Mutter (2-stellig)

Ihr eigener Geburtstag und -monat (4-stellig)

Der erste Buchstabe Ihres Vornamens. (1-stellig)

Beispiel: Ihre Mutter heißt Berta Müller, geborene Schmidt und Sie selbst haben am 12. August Geburtstag und heißen Kim. Ihr Code wäre dann BS1208K

Um Ihre Unterschrift zu bekommen, sprechen Sie eine*n von uns nach der Posterpräsentation am 19.07. persönlich an.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns für ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

C.2 III - Stimulusmaterial

C.2.1 Sachtext

Armut

Erscheint eine Notlage nicht mehr zeitlich begrenzt, sondern für die Lebenslage insgesamt bestimmend, wird die Lebenssituation als Armut bezeichnet, wobei herkömmlicherweise zwischen absoluter und relativer Armut unterschieden wird.

Absolute Armut bezieht sich auf das Fehlen eines physischen Existenzminimums. Die Grenze absoluter Armut wird für Entwicklungsländer anhand des Mangels lebensnotwendiger Mengen an Nährstoffen konkretisiert.

Für Schwellenländer und entwickelte Länder, v.a. für Sozialstaaten und Wohlfahrtsstaaten, kann Armut nur als relative Armut verstanden werden. Sie beginnt beim Fehlen eines soziokulturellen Existenzminimums, das letztlich nur durch den politischen Willensbildungsprozess oder aufgrund der zugrunde gelegten Normen und Zielvorstellungen in Bezug auf die Lebenslagen bestimmt werden kann.

Massenarmut und Hunger kennzeichneten das Schicksal breiter Bevölkerungsschichten bis zur industriellen Revolution und noch bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts., da das (schwankende) Verhältnis von Bevölkerungsentwicklung und Nahrungsmittelproduktion den Lebensstandard großer Teile der Bevölkerung bestimmte. Die Wirkungen ausbleibender Ernten und der dadurch ausgelösten Teuerungskrisen - in Europa zuletzt 1803/1804 und 1916/1917 - konnten im Zuge des Industrialisierungsprozesses nur allmählich gemildert werden. Zwar wurden durch die Industrialisierung zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen und zugleich die Produktivität in der Landwirtschaft verbessert, doch bewirkte sie zunächst auch ein rapides Bevölkerungswachstum, sodass Beschäftigungs- und Einkommensmöglichkeiten weiterhin nur zur Deckung des jeweiligen Existenzminimums ausreichten.

C.2.2 Social Media-Thread

Ein Thread über Armut

@Name_anonymisiert: Viele Äußerungen zur aktuellen Debatte über #Armut sind nur schwer erträglich. Darum mal paar Aspekte im Thread:

@Name_anonymisiert: #Armut grenzt aus. Arme werden in TV & Co laufend erniedrigt und gelten nicht als Teil „der Gesellschaft“. Wer sich nicht als Teil d Gesellschaft fühlt, hat wenig Motivation sich an die Regeln dieser Gesellschaft zu halten. Lieber stellt man eigene auf. Da wird's gefährlich.

@Name_anonymisiert: Diese ganzen Gutschein- und Fondssysteme helfen herzlich wenig. Das Beantragen von Unterstützungen überfordert und erniedrigt. Einen Überblick hat kaum jemand. Kaum jemand beantragt Support für eine Klassenfahrt oder Taschenrechner. #Armut

@Name_anonymisiert: Kinder in #Armut wachsen mit der Erkenntnis auf, dass "die Dinge nunmal so sind, wie sie sind." das entpolitisiert vielleicht, macht aber den Alltag erträglicher. Von diesem Gedanken müssen Kinder von Armut emanzipiert werden. Die Verhältnisse sind änderbar!

@Name_anonymisiert: Die private Last mit der arme Kinder morgens in die Schule kommen findet in Klassenzimmern kaum Berücksichtigung. Und ihr diskutiert lieber über das scheiß Gewicht des Schulranzens. #armut

@Name_anonymisiert: Man kann dazu noch so viel sagen, aber ich lasse es erstmal. Aber: Armut führt zu Zorn, nutzt diesen sinnvoll, denn: „das Gute kann sich mit größerer Wucht dem Bösen entgegenstellen, wenn der Zorn ihm dienstbar zur Hand ist.“ Erhaltet euer Mitgefühl und lasst euch nicht ausspielen!

C.2.3 Emotionaler Zeitungsartikel

Mit der Tochter in einem Zimmer

Was ist arm? Beispielsweise so beengt zu wohnen, dass ich als Erwachsene kein eigenes Zimmer habe. Beispielsweise die Frage der Tochter, die gerade Abi macht, ob wir Geld haben, um ihr ein Kleid für den Abiball zu bestellen – 50 Euro. Beispielsweise Dauerstress: jeden Monat zu überlegen, wie wir über die Runden kommen. Darunter leiden vor allem die Kinder.

Geringes Einkommen heißt wenig Platz zum Wohnen, heißt, viel aufeinanderzuhocken, weil kaum Geld für Freizeitaktivitäten da ist. Obwohl ich arbeite, reicht es manchmal nur gerade so – vor allem, wenn ich, wie jetzt im Frühjahr, Möbel kaufen

muss. Die Kinder sind zu groß geworden für Kleinkindmobiliar. Sie wünschen sich ein eigenes Zimmer, und das ist dringend nötig, um den Familienfrieden zu wahren. Niemand, der bei Verstand ist, würde eine lebhaft, quirlige Neunjährige mit einem introvertierten Zwölfjährigen in ein Zimmer sperren. Was sechs Jahre lang gut ging, sorgte im vergangenen Herbst für Dauerzoff, der uns alle zermürbte. Und die große Tochter braucht ihre Ruhe, um fürs Abi lernen zu können.

Ich räumte mein kleines Schlafzimmer, schleppte mein Bett ins Kinderzimmer, dazu meine Kleiderstange, den Nachttisch und das Bücherregal. Mehr besitze ich ohnehin nicht. Das steht jetzt alles direkt neben dem Himmelbett der Jüngsten.

Es war eine gute Entscheidung, nun herrscht wieder Frieden in der Hütte.

C.2.4 Sachlicher Zeitungsartikel

Jedes fünfte Kind ist jahrelang arm

Wer einmal in die Armut abgerutscht ist, braucht meist lange, um sich wieder daraus zu befreien. Jedes fünfte Kind in Deutschland lebt jahrelang in Armut, wie eine Studie zeigt. Auch wenn die Grundversorgung meist gelingt, fehlt es diesen Kindern an vielem.

21 Prozent der Kinder in Deutschland leben einer Studie der Bertelsmann-Stiftung zufolge länger als fünf Jahre in armen Verhältnissen. Für weitere zehn Prozent der Kinder in der Bundesrepublik ist Armut ein Problem, unter dem sie zumindest zeitweilig persönlich leiden.

„Kinderarmut ist in Deutschland ein Dauerzustand. Wer einmal arm ist, bleibt lange arm. Zu wenige Familien können sich aus Armut befreien“, sagt Stiftungsvorstand Jörg Dräger zum Ergebnis der Studie, die der Nachrichtenagentur dpa vorab vorlag und heute offiziell vorgestellt wird.

Als armutsgefährdet gelten Kinder aus Haushalten, deren Nettoeinkommen unterhalb der Marke von 60 Prozent des mittleren Einkommens (Median) liegt. Wie viele Kinder in armen Verhältnissen leben, ist durch regelmäßige Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes bekannt. Für die aktuelle Studie untersuchten die Forscher aber zum ersten Mal über den Zeitraum von 2011 bis 2015 hinweg, wie

durchlässig die sozialen Milieus sind, wie leicht oder schwer es also ist, in Armut abzurutschen oder sich aus der Armut wieder herauszuarbeiten.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit in keinem anderen Verfahren zur Erlangung des Doktorgrades oder als Prüfungsarbeit für eine akademische oder staatliche Prüfung eingereicht habe.

Ich habe die Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die in der Arbeit angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Alle aus den benutzten Werken wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen habe ich kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift