Der Zampano und die Zicke

Ambivalente De-Konstruktion von Stereotypen in Produktion und Aneignung von seriellen Unterhaltungsformaten.

Von Katrin Döveling und Jana Fischer

Abstract Wenn Medienethik der Aufgabe gerecht werden will, die Tragweite bestehender Normgefüge und Werthaltungen innerhalb von Medienstrukturen nicht nur zu erfassen, sondern ebenso an das wertsensible, verantwortungsvolle Medienhandeln aller Akteure zu appellieren (vgl. Funiok 2007), so gilt es, vor dem Hintergrund der seit Jahren erfolgreichen Sendeformate im Unterhaltungsgenre, den so genannten *Daily Soaps* und *Doku Soaps*, vor allem deren Darstellung und Aneignung von Geschlechterrollen zu erfassen. Der Beitrag stellt Ergebnisse vier aufeinander aufbauender Studien zur Darstellung und Aneignung der Formate dar. Dabei werden Darstellungsmuster, dialogische Inszenierung und visuelle und musikalische Rahmung im Kontext der gender- und medienethischen Analyse ebenso berücksichtigt wie spezifische Aneignungsmuster.

Wenn Medienethik der Aufgabe gerecht werden will, die Tragweite bestehender Normgefüge und Werthaltungen innerhalb von Medienstrukturen nicht nur zu erkennen, sondern ebenso an das wertsensible, verantwortungsvolle Medienhandeln aller Akteure zu appellieren (vgl. Funiok 2007), so gilt es, vor dem Hintergrund der seit Jahren erfolgreichen Sendeformate im Unterhaltungsgenre den sognannten *Daily Soaps* und *Doku Soaps*, vor allem deren Darstellung und Aneignung von Geschlechterrollen zu erfassen. Denn: Serielle Formate wie die *Doku Soap* „Bauer sucht Frau“ (BsF) oder *Daily Soaps* wie „Verbotene Liebe“ (VL) und „Gute Zeiten schlechte Zeiten“ (GZSZ) sowie die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen besonders erfolgreiche Sendung „Rote Rosen“ (RR) begeistern über Jahre hinweg Millionen von Zuschauern.[1]

Dr. Katrin Döveling, M.A, 2013 bis 2014 Habilitationsstipendiatin der TU Dresden, 2009-2013 Professorin in Vertr., Institut für Kommunikationswissenschaft, TU Dresden

Jana Fischer, M.A., ist seit 2013 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft, TU Dresden.

1 *BsF: MA ø 19,5% im Dezember 2013, VL: MA ø 7% , GZSZ: MA ø 11,5% April 2014), RR: MA ø 17,3% im April 2014 (vgl. AGF-Fernsehforschung, 2013; 2014).*

Erstaunlicherweise spielen Serien jedoch, trotz deren stetig ansteigender Relevanz, als zentrales Objekt wissenschaftlicher Forschung aus der Genderperspektive und medienethischer Analyse noch immer keine vergleichbar zentrale Rolle (vgl. Götz 2002; Döveling/Kick 2012; Döveling/Fischer 2014). Dabei werden durch die serielle Gestaltung Zuschauerinnen und Zuschauer langfristig an die medial vermittelten Identifikations-, Handlungs-, Orientierungs- und Deutungsmuster gebunden (vgl. Mikos 1994, S. 137; Katzman 1972; Wegener 2010).[2] Die Soap-Begeisterung vor allem von weiblichen Jugendlichen ist oft verbunden mit dem Eindruck, etwas Wichtiges aus der Serie zu lernen (Götz 2002). Performatives Reality-TV – dem auch Doku-Soaps zuzuordnen sind (vgl. Keppler 1994, S. 8f.) – vermischt zudem Fiktion und Realität[3], was dem Rezipienten die Differenzierung zusätzlich erschwert (vgl. Wegener 1994; Klaus/Lücke 2003, S. 201). Durch dieses Wirkungspotential (vgl. u.a. Katzman 1972; Götz 2002) erhalten speziell serielle Unterhaltungsformate zunehmend medienethische Relevanz. Es gilt daher den inhärenten Darstellungs- und Aneignungsmustern nachzukommen und die medial vermittelten Geschlechterbilder in ihrer Stereotypisierung zu erfassen. Damit wird sowohl den ethischen Anforderungen an die *Medienproduktion* Rechnung getragen als auch die Tragweite der *Mediennutzung* erfasst.

Die Begeisterung für Soaps vor allem von weiblichen Jugendlichen ist oft verbunden mit dem Eindruck, etwas Wichtiges aus der Serie zu lernen.

Gender-Stereotype. Produktion – Konstruktion – Rezeption

Die Geschlechtsidentität wird durch das „Doing Gender" (vgl. Butler 1991) im Kontext rituell gesellschaftlicher, vor allem auch medialer Inszenierungen hergestellt. Damit rückt die soziale Prozesshaftigkeit, mit der Geschlecht konstruiert und reproduziert wird, in den Vordergrund (Gildemeister 2010, S. 132). Vor dem Hintergrund der Tragweite von Fernsehunterhaltung, gilt es, Fernsehen als „kulturelles Forum" (Mikos 1994, S. 125,

2 *Serien kennzeichnen sich durch eine offene Narration, deren Dramaturgie auf den steten Aufbau neuer Konflikte ausgerichtet ist (vgl. Mikos 1994, S. 137).*

3 *Im Mittelpunkt der Darstellung stehen alltägliche Lebenswelten nicht-prominenter Personen in Kombination mit Ausnahmesituationen. Die Charaktere und ihre Handlungen sind meist stereotyp und überspitzt ausgelegt (vgl. Faulstich 2008, S. 139).*

in Anlehnung an Newcomb/Hirsch 1986), das an der Identitätsbildung der Zuschauerinnen und Zuschauer mitwirkt, zu verstehen. Dabei sind es nicht nur klassische Informationssendungen, die zur Orientierung beitragen, sondern vor allem auch serielle Unterhaltungsformate. Serien werden Teil der Lebenswelt des Rezipienten, unterstützt durch die prozesshafte Aneignung des Dargestellten (vgl. Mikos 1994; Maier 2007, S. 200). Dabei werden auch gesellschaftliche Machtverhältnisse wie hegemoniale Geschlechterverhältnisse reproduziert (vgl. ebd. S. 196; Magin/Stark 2010).

Studien zur visuellen Stereotypenforschung betonen zudem die Bedeutung von *Rollen* und *Handlungskontexten* sowie *formale* und *inhaltliche* Aspekte der Geschlechts- und Machtcodierungen (Grittmann/Lobinger 2011, S. 157f.). Stereotype als modellhafte Muster reduzieren zudem die Komplexität in ihrer oft wertenden Darstellung (vgl. hierzu Sennewald 2007, S. 38). Die medienethische Relevanz der Analyse von Gender liegt nahe, bedenkt man, dass

> *„[d]ie Vermittlung stereotyper Geschlechteridentität sowie die sozialisierende Wirkung, die Massenmedien durch ihre Omnipräsenz in einer Gesellschaft ausüben, […] zu einer Verfestigung verinnerlichter Geschlechterstereotypen führen [kann, Anm. Autorinnen], so daß [sic] ein Entkommen aus dieser sozialen (patriarchalen) Ordnung nur durch Gegenentwürfe […] möglich ist" (Angerer/Dorer 1994, S. 20).*

Rath (2000, S. 63) hält fest, dass Medienethik empirischer Forschung bedarf, „um überhaupt sinnvolle Aussagen machen zu können, die die Sachgesetzlichkeiten des Handlungsfeldes treffen". Entsprechend können auch keine moralischen Forderungen formuliert werden, wenn die Wirkung medialer Angebote nicht bekannt ist (ebd., S. 72). Wenn Medienethik die wissenschaftliche Reflexion normativer Strukturen in Medienprodukten als zentral hervorhebt (vgl. Schicha 2002), so gilt es, die Darstellung von Gender in populären Serien empirisch aufzuzeigen. Wir verstehen dabei Medienethik auch als Perspektive, die die Verbindung zwischen medialer Darstellung und menschlichem Verhalten untersucht und dabei die Verantwortung in Darstellung und Aneignung vor dem Hintergrund ethischer Gebote beleuchtet (vgl. Wiegerling 1998; Funiok 2007). Vorherige Befunde (Döveling/Kick 2012; Döveling/Fischer 2014) erweitern die Analyse des Gender-Bildes

Medienethik bedarf empirischer Forschung, um sinnvolle Aussagen machen zu können, die die Sachgesetzlichkeiten des Handlungsfeldes treffen.

insbesondere durch die bisher meist vernachlässigte Analyse des *medialen Männerbildes* sowie der Berücksichtigung visueller, musikalischer und dialogischer Rahmung.[4]

Zur Untersuchung

Im Beitrag werden zum einen *Darstellungsmuster* und *dialogische Inszenierung* serieller Formate im Kontext gender- und medienethischer Analyse betrachtet. Ebenso werden *Aneignungsmuster* in der Rezeption der populären *Doku-Soap* BsF sowie der *Daily-Soap* RR untersucht. Dabei wird auf Ergebnisse zur Darstellung von Geschlechterrollen Bezug genommen (vgl. Döveling/Kick 2012; Döveling/Fischer 2014). Im Fokus stehen sowohl mediale und personale Situationsdefinitionen, wobei diese nach Goffmann (1980, S. 19) bestimmten Themen einen Bezugsrahmen geben und diese so akzentuieren und interpretieren (vgl. Entman 1993). Visuelles Framing bezeichnet dabei die Akzentuierung über visuelle Mittel und auch die Rahmung *von* Bildern (Grittmann 2013). Für die vorliegende Analyse wurde dies um musikalische und stimmliche Rahmungen von narrativen, bildlichen Inszenierungen durch das „Voice-Over"[5] konkretisiert und erweitert. Folgende Fragen waren zentral:

Wie werden Frauen und Männer in Doku-Soaps wie „Bauer sucht Frau" audio-visuell und narrativ inszeniert?

- Wie werden Frauen und Männer in den jeweiligen Formaten audio-visuell und narrativ inszeniert?
- Lassen sich spezifische normative Aneignungsmuster feststellen und wenn ja, welche?
- Welche Verantwortungszuschreibung lässt sich daraus für die (Re)produktion von spezifischen Geschlechterverhältnissen ableiten?

1. Anhand *quantitativer Inhaltsanalysen* der Soap Operas GZSZ und VL (2.1.1995-27.1.1995 und 5.6.2009-3.7.2009; N = 1611) sowie der Doku Soap BsF (15.10.2012-19.11.2012; N = 96) wur-

4 *TV-Serien zeichnen sich durch ihre „Gesprächsorientiertheit" (Maier 2007, S. 67) aus. Daher wurde für diese Analyse eine Methode entwickelt, die narrative Kontextualisierungen sowie Rollen und Handlungskontexte im Dialog erfasst (Döveling/Kick 2012).*

5 *Unter Voice-Over wird beim Film die Stimme eines Erzählers verstanden, der in einer Szene zwar zu hören, aber nicht zu sehen ist (vgl. Franco/Matamala/Orero 2010, S. 18).*

den grundlegende Einblicke in die Konstruktion von Gender auf dem Bildschirm aufgezeigt.[6]

2. Die inhärenten Konstruktionsprozesse von Gender in der Aneignung werden hierauf aufbauend in *qualitativen, teilstandardisierten Interviews*, die im direkten Anschluss an die Rezeption von BsF (10/2012) und RR (5/2014) durchgeführt wurden, erfasst und den in der Interaktion stattfindenden Konstruktionsprozessen von Gender Rechnung getragen.

Darstellung		
	Studie 1	**Studie 2**
Methodik	Quantitative Bildanalyse (N=1611)	Quantitative Bildanalyse (N=96)
Untersuchungsobjekt	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten / Verbotene Liebe	Bauer sucht Frau
Untersuchungszeitraum	02.01.1995-27.01.1995 / 05.06.2009-03.07.2009	15.10.2012-19.11.2012
Genre	Daily-Soap	Doku-Soap
Aneignung		
	Studie 3	**Studie 4**
Methodik	Teilstandardisierte Interviews (N=12)	Teilstandardisierte Interviews (N=7)
Untersuchungsobjekt	Bauer sucht Frau	Rote Rosen
Untersuchungszeitraum	20.10.2012-28.10.2012	22.05.2014-01.06.2014
Genre	Doku-Soap	Daily-Soap

Tab. 1: Überblick über das Untersuchungsdesign der Fallstudien

6 *Durch die Berücksichtigung von Interaktion und Sprache der Charaktere in den Szenen sowie der stabilen und situativen Merkmale konnten die Stereotype in ihrer audio-visuellen Narration untersucht werden (vgl. Döveling/Kick 2012, S. 105).*

Ergebnisse

1. Zur Darstellung

Bezüglich der Geschlechterstereotype kann auf ein differenzierteres Bild als das bisheriger Untersuchungen geschlossen werden (vgl. u. a. Weiderer 1995).

	Daily-Soaps (GZSZ, VL)	**Doku-Soap** (BsF)	
	Mittelwerte		
Darstellung[7]	Frauen	Frauen	Männer
rational-emotional	2,16	2,23	2,16
kühl-gefühlvoll	2,09	2,26	2,25
dominant-untergeordnet	2,05	1,95	1,87
gesprächslenkend-gesprächsfolgend	1,98	2,00	1,86

Tab. 2: Charakterdarstellung. Mittelwerte im Vergleich (Skala 1-3).

Im Gegensatz zu den Daily-Soaps, die Frauen in Dialogen den männlichen Gesprächspartnern gegenüber überwiegend als dominant und gesprächsführend darstellen (vgl. auch Döveling/Kick 2012, S. 113f.), lenken und dominieren die männlichen Charaktere bei BsF die Gespräche und Szenen (vgl. Tab. 2). Dies ist mit der thematischen Spezifikation der Sendung zu erklären. Doku-Soaps zur Partnersuche sind u. a. dadurch gekennzeichnet, dass die Entscheidung über die Partnerschaft überwiegend vom Mann getroffen wird (vgl. Graham-Bertolini 2004). Ergänzend zu den Befunden von Daily Soaps (Döveling/Kick 2012) wird im Vergleich von *Frauen-* und *Männerbild* ein eher traditionelles Geschlechterverhältnis bei BsF aufgezeigt, da Haushaltstätigkeiten signifikant häufiger von Frauen ausgeführt werden (vgl. Abb. 1).

Auffallend ist zudem in allen Formaten, dass geschlechtsübergreifend die Darstellung von Freizeit dominiert (vgl. ebenfalls Abb. 1). Vor allem ist dieses Ergebnis relevant, da es trotz der vermeintlichen Alltagsnähe eine Inszenierung, frei von beruflichen Situationen, darlegt, die sich in den Tätigkeiten wider-

7 *Die Darstellung der Charaktere wurde anhand von Adjektivpaaren operationalisiert. Zuerst genanntes Adjektiv = 1 und zuletzt genanntes = 3 . Bei der Bewertung waren der Gesprächs- oder Handlungspart des Charakters sowie Mimik, Gestik und Körpersprache entscheidend. Die Tabelle zeigt die Mittelwerte.*

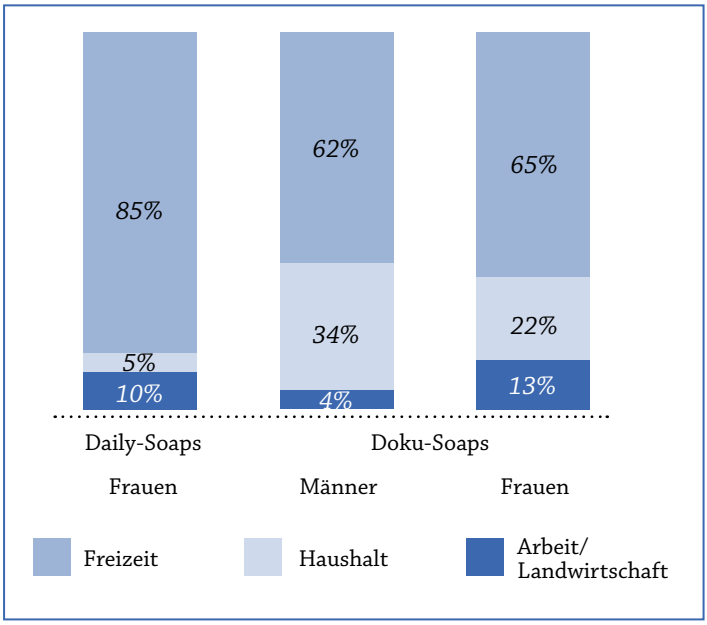

Abb. 1: Tätigkeiten der Charaktere in den Szenen der Daily-Soaps (n=1661) und der Doku-Soap (n=96)

spiegelt. Die Analyse *der kontextuellen Rahmung* bei BsF wies außerdem überwiegend eine positive Stimmung auf. Dies betrifft die visuelle Ebene der hellen (62%), farbenfrohen Bilder in der szenischen Darstellung (86%), die sprachliche Ebene durch heitere (82%) Kommentierung des Voice-Over und die musikalische Rahmung durch fröhliche (83%), rhythmische (64%) Hintergrundmusik (vgl. hierzu näher Döveling/Fischer 2014, S. 133).

2. Zur Aneignung

Folgenden Aneignungsmuster wurden anhand der Interviewdaten bei *beiden Formaten* identifiziert. Zunächst fiel auf, dass die Interviewten schnell den Handlungsstrang erfassten und die interpersonale Kommunikation während der Sendung thematisierten:

> *zu RR, w, 20: „Also, man wurde schon mitgerissen. Und ich wollt das dann auch schon weiter gucken und ich hab da auch viel mit dem K. drüber geredet, während wir das geguckt haben."*

Die Analyse der Interviewdaten zeigt, dass die Befragten sich in die Lage der Protagonisten versetzten und auf dieser Basis durch die Bezugnahme zum eigenen Leben Bewertungen vornahmen, wobei bei der Sendung BsF die Teilnahme an der Sendung kritisiert wurde.

> *zu BsF, w, 51: „Also grad bei dem Steifen da […]. Also wenn ich der wär, dann würd ich mich doch nie zu so ner Sendung melden."*

Für beide Formate gilt, dass die Frauen auf emotionaler Ebene *stärker* erachtet werden. Zudem werden sie in beiden aktiver in der interpersonalen Kommunikation wahrgenommen, wobei in der Aneignung von BsF die vermeintliche Realitätsnähe eindeutig thematisiert wird:

zu BsF, m, 22: „Die Frauen sind einfach offensiver, ehrlicher, offener dem Mann gegenüber und geben mehr von sich preis als jetzt z.B. die Männer von sich – sag ich mal."

In der Doku-Soap werden die Männer in der Position des *Entscheiders* gesehen. Ein klassisches Rollenbild wird aufgegriffen:

zu BsF, w, 51: „Die Bauern [....] haben sozusagen mehr das Sagen, weil die diejenigen sind, die die Frauen jetzt testen oder bewerten."

Dies entspricht dem bereits thematisierten Muster von Doku-Soaps, die die Partnersuche als Kernmotiv der Inszenierung erkennen lassen. Hierbei obliegt es der Frau, den Mann für sich zu gewinnen. Diese eher traditionelle Rollenverteilung wird erkannt und wahrgenommen. Eine kritische Reflexion dessen findet allerdings kaum statt. Im Gegenteil wird sie als „schön" und „vernünftig" erachtet:

zu BsF, m, 22: „Bei den Alten find ich's schon ziemlich süß und das war halt auch vernünftig dargestellt, also wirklich schön. Sie hat vernünftig gekocht, er hat sich da um den Hof gekümmert."

Indes wurde die Frau in der Daily Soap RR eher als *dominant* wahrgenommen, ein Frauenbild, das vor allem bei erwerbstätigen Frauen positiv bewertet wird.

zu RR, w, 50: „Gut, dass mal endlich auch ein anderes Frauenbild vermittelt wird. Endlich."

Doch auch wenn Frauen als selbständig betrachtet werden, beispielsweise als Inhaberin eines Blumengeschäfts oder Fahrradladens, die für ihren Lebensunterhalt eigenständig aufkommen kann, so werden sie dennoch als „Lästertanten" bewertet. Zudem spielt bei RR das Alter der Zuschauerinnen eine nicht zu vernachlässigende Rolle.

zu RR, w, 20: „Ich kann mich nicht so mit denen identifizieren. Die sind alle älter als ich."

Die Authentizität des Dargestellten wird für beide Formate kritisch hinterfragt. Die moralische Auseinandersetzung bezieht sich dabei auch auf die Sorge um die Konsequenzen der Teilnahme an der Sendung BsF für die Protagonisten.

zu BsF, w, 21: „Ich fand's insgesamt sehr gestellt und ich finde mit den Personen wird respektlos umgegangen, sie werden da vorgeführt von ähm den Fernsehleuten."

Hinsichtlich der *Doku Soap* waren sich die Befragten jedoch der Dimension der Aneignung nicht bewusst. Die Wirkung auf die eigenen Vorstellungen wurde nicht reflektiert. Es ließ sich jedoch eine Sensibilität bezüglich einer „negativen" Darstellung der Landwirtschaft und Landwirte erkennen.

zu BsF, w, 21: „...dass halt die Bauern relativ negativ und dümmlich dargestellt wurden."

Resümee

Die Untersuchung bestätigte einerseits eine *stereotype Geschlechterdarstellung*, die vor dem Hintergrund der genrespezifischen Hybridisierung (vgl. Mikos 1994; Klaus/Lücke 2003) in den verschiedenen audio-visuellen Darstellungen sowie der Wahrnehmung des Rezipienten weitgehende medienethische Implikationen aufweist. Andererseits stellte sich eine Dekonstruktion klassischer Rollen vor allem in der Daily Soap heraus. Zudem wurde eine *Hybridisierung der Rollenzuschreibungen* in der Aneignung beider Formate augenfällig, die vor dem Hintergrund fester Rollenstrukturen zu interpretieren ist. Dabei wurden altersspezifische Unterschiede in der Identifikation mit medialen Protagonisten vor allem in der Daily Soap erkennbar. Zusätzlich legen die Befunde nahe, dass das traditionelle Bild in der Doku Soap zwar wahrgenommen, aber nicht kritisch reflektiert wird. Daher erweist sich eine Sensibilisierung der Aneignungsmuster für gewichtig. Bezüglich der Normierung von Geschlechterbildern und -rollen konnten die Untersuchungen vorhandene Strukturen und Desiderata aufzeigen.

Die Untersuchung bestätigt eine stereotype Geschlechterdarstellung, die weitgehende medienethische Implikationen aufweist.

In Anbetracht der Ergebnisse der Befragungen muss die Annahme des normenabwägenden, frei denkenden und entscheidenden Rezipienten (vgl. Wunden 2001, S. 17) eingeschränkt werden. Im Hinblick darauf und unter Anbetracht des Einflusses von Unterhaltung auf den gesellschaftlichen Diskurs (ebd.), lässt sich insbesondere ein medienpädagogisches Desiderat ableiten, das an einen verantwortungsvollen Rezipienten appelliert, der in der Lage ist, hegemoniale Geschlechterverhältnisse aktiv zu erkennen und zu dekonstruieren. Eine medienpädagogische Sensibilisierung der medialen und realen Gender Diversity in Schulen und im Umfeld des Rezipienten erweist sich somit als entscheidend. Hinsichtlich der weiteren Analyse gilt es, altersspezifische Bewertungsmuster genauer zu erfassen. Ein weiteres Augenmerk wird zudem die genderspezifische Rezeption sein. Ebenso soll-

ten sich zukünftige Analysen den Unterschieden und Gemeinsamkeiten von öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen seriellen Unterhaltungsformaten widmen. Die hier dargelegten Befunde gilt es zudem quantitativ zu erfassen, um der Tragweite der Formate hinsichtlich ihrer medienethischen Implikationen weiter Rechnung zu tragen.

Literatur

AGF/GfK Fernsehforschung; TV Scope Fernsehpanel D + EU, media control (2014): Fernsehzuschauerforschung in Deutschland. Basisinformationen Fernsehnutzung. April 2014.

AGF/GfK Fernsehforschung; TV Scope Fernsehpanel D + EU, media control (2013): Fernsehzuschauerforschung in Deutschland. Basisinformationen Fernsehnutzung. Dezember 2013.

Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (Hg.) (1994): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung. Wien.

Butler, Judith (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt am Main.

Döveling, Katrin/Fischer, Jana (2014): Typisch Mann – Typisch Frau. Gender-Stereotype in den Medien. Eine Analyse visuell-narrativer Stereotype im Spannungsfeld von Gender, Ethik und Medien. In: Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hg.): Gender, Ethik und Medien, Schriftenreihe Medienethik. Stuttgart, S. 115-140.

Döveling, Katrin/Kick, Isabel (2012): Women in Soaps. Same picture as every year oder ist das Frauenbild im Wandel? Eine Fallstudie. In: Geise, Stephanie/Lobinger, Katharina (Hg.): Bilder – Kulturen – Identitäten. Köln, S. 98-124.

Entman, Robert N. (1993): Framing. Towards a Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication, 43. Jg., H. 4, S. 51-58.

Faulstich, Werner (2008): Grundkurs Fernsehanalyse. Paderborn.

Franco, Eliana/Matamala, Anna/Orero, Pilar (2010): Voice-Over Translation: An Overview. Bern.

Funiok, Rüdiger (2007): Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart.

Gildemeister, Regine (^{3}2010): Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorien, Methoden, Empirie. Wiesbaden, S. 132-140.

Goffman, Eving (1980): Rahmenanalyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt am Main.

Götz, Maya (2002): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München.

Graham-Bertolini, Alison (2004): Joe Millionaire as Fairy Tale: A feminist critique. In: Feminist Media Studies, 4. Jg., H. 3, S. 341-344.

Grittmann, Elke (2013): Visual Frames – Framing Visuals.: Zum Zusammenhang von Diskurs, Frame und Bild in den Medien am Beispiel des Klimawandeldiskurses. In Geise, Stephanie/Lobinger, Katharina (Hg.): Visual Framing. Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung. Köln, S. 95-116.

Grittmann, Elke/Lobinger, Katharina (2011): Quantitative Bildinhaltsanalyse. In: Petersen, Thomas/Schwender, Clemens (Hg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Köln, S. 145-162.

Katzman, Nathan (1972): Television Soap Opera: What´s been going on anyway? In: Public Opinion Quarterly, 36. Jg., H. 2, S. 200-212.

Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main.

Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 51. Jg., H. 2, S. 195-212.

Magin, Melanie/Stark, Birgit (2010): Mediale Geschlechterstereotype. In: Publizistik, 55. Jg., H. 4, S. 383-404.

Maier, Tanja (2007): Gender und Fernsehen. Perspektiven einer kritischen Medienwissenschaft. Bielefeld.

Mikos, Lothar (1994): Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer. Münster.

Newcomb, Horace M./Hirsch, Paul M. (1986): Fernsehen als kulturelles Forum. Neue Perspektiven für die Medienforschung, In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 34, H. 2, S. 177–190.

Rath, Matthias (2000). Kann denn empirische Forschung Sünde sein? Zum Empiriebedarf der angewandten Ethik. In: Rath, Matthias (Hg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S.63-87.

Schicha, Christian (2002): Ein Experiment wie mit Ratten? Zur „Moraldebatte" beim Sendeformat Big Brother. In: Schweer, Martin K.W./Schicha, Christian / Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen. Köln, S. 105-132.

Sennewald, Nadja (2007): Alien Gender. Die Inszenierung von Geschlecht in Science-Fiction-Serien. Bielefeld.

Wiegerling, Klaus (1998): Medienethik. Stuttgart.

Wegener, Claudia (1994): Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information. Opladen.

Weiderer, Monika (1995): Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus. Regensburg.

Wunden, Wolfgang (2001): Wer setzt Normen für die TV-Unterhaltung? Medienethik im gesellschaftlichen Wandel. In: tv diskurs, 5. Jg., H. 3, S. 38-41.