

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

Meryem Celikkol¹

Abstract

Just 30 % of the effect of female and male speakers are activated by the lexems and sentences. 70 % are activated by paraverbal and extraverbal constituents.

A deep voice is associated with authority and objectivity. We can realise this phenomenon at male voices. Women never reach such a deepness in their voices. Their voice is sensed more expressive and it activates stereotypes like „emotional“ and „trivial“. The contents of female speakers are not taken as seriously as the contents of male speakers.

„Der Ton macht die Musik“ – ein Sprichwort, das viel Wahrheit in sich trägt. Wir beziehen es darauf, wie jemand etwas sagt. D.h. die Modulation steht vor dem Inhalt. Unsere Stimme reguliert die Modulation. Aber wie regulieren wir unsere Stimme?

Die Atmung

Bei der Einatmung kontrahiert das Diaphragma (Zwerchfell), diese Muskelfaserplatte trennt den Brust- und Bauchraum. Es wird Energie aufgewendet, um die Bauchorgane gegen ihren Massenwiderstand nach unten zu drängen. Die Lunge wird gegen den elastischen Widerstand nach unten hin ausgedehnt. Die Zwischenrippenmuskulatur unterstützt den Vorgang, indem sie einen seitlichen Dehnungszug auf die Lunge ausübt.

Wenn genug Sauerstoff aufgenommen wurde, beginnt die Phase der Ausatmung. Die Spannung des Zwerchfells und der Zwischenrippenmuskulatur gibt nach. In der Lösungsphase oder Pause befinden sich die Muskeln im eutonischen Gleichgewicht.

¹ Fremdsprachen-Institut Colón, Hamburg

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

Beim Ausatmen wird keine Energie aufgewandt, es wird eine reflektorische Aktion ausgeführt.

Die Lunge agiert passiv: nachgiebig, aufnehmend und anpassungsfähig.

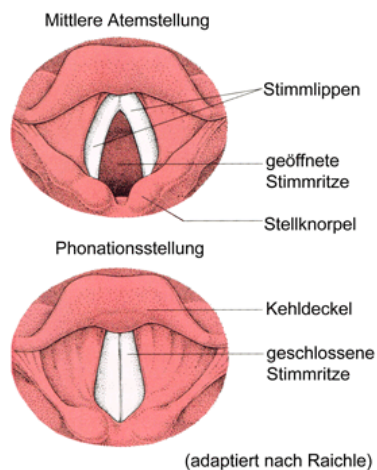
Die Lunge und die Muskulatur arbeiten in drei Phasen der Atmung auf unterschiedlichen, antagonistischen Wegen:

1. Kontraktion
2. Streckung
3. Lockerung

Die Qualität der Atmung hängt von dem Zwiegespräch ab, das die beiden miteinander führen.

Der Funktionsmechanismus der Stimme

Die Tonhöhe des Grundtons der menschlichen Stimme liegt für die männliche bei etwa 125 Hz, für die weibliche bei etwa 250 Hz. Ursache der Unterschiede ist die unterschiedliche Größe des Kehlkopfs und damit der Länge der Stimmlippen. Der Stimmumfang beträgt 1,3 – 2,5 Oktaven. Der Frequenzbereich der menschlichen Stimme mit den Obertönen beträgt etwa 80 Hz bis 12 kHz. In diesem Frequenzgang befinden sich Frequenzabschnitte, die für die Sprachverständlichkeit, die Betonung der Vokale und Konsonanten sowie Brillanz und Wärme eine Rolle spielen.

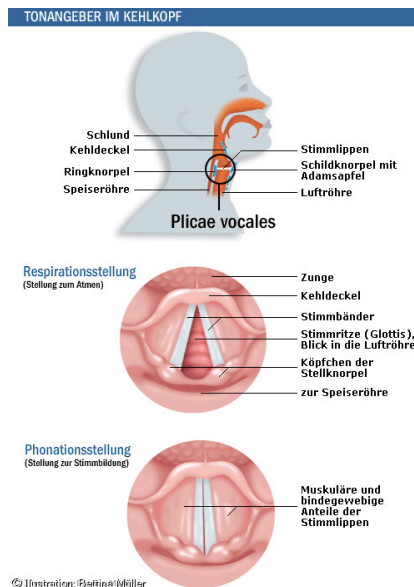


Die Stimmlippen müssen agieren, während die Stimmbänder auf äußere Wirkung reagieren. (Husler/Ross-Marling 1965)

Die Kontraktion der Stimmlippen beeinflusst durch die Intensität das Schwingungsverhalten. Der Stimmbandschluss und die Lautstärke werden beeinflusst. Es kommt zu Vollschrwingungen mit großer Amplitude und dicken Stimmlippen. Dieses sogenannte Brustregister erzeugt das Klangprodukt: vital, voluminös, dramatisch, laut, kernig, überzeugend, beherrschend, fest und individuell präsentativ. Isoliert und dauerhaft wirkt es roh, krank, heiser, hart, dumpf, angestrengt – „überbrustet“.

Konsequenz: Die Einschränkung in der Modulation der Stimme wirkt monoton, unflexibel, dynamisch eingeschränkt, da sowohl leise als auch tragfähige Töne nicht mehr produziert werden können. Dies führt wiederum zur Reduziertheit der emotionalen Ausdrucksmöglichkeiten der Stimme.

Der Gegenpol – die Stimmbänder und die Schleimhaut – ist abhängig einerseits von der gestaltenden Energie der Stimmlippen, andererseits von der Strömungsgeschwindigkeit der Atemluft. Sie können auf diese Weise sowohl vertikal als auch horizontal schwingen. Sie gestalten die Tonerzeugung maßgeblich mit, wenn auch auf passive Weise.



Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

Dominieren die Stimmbänder und werden die Stimmlippen dünn, kommt es hauptsächlich zu vertikalen Schwingungsbewegungen und zu geringer Aktivität der Stimmlippen, dann wird die Stimmlippenschwingungsart Kopfreger genannt. Der Klang ist weich, lyrisch, sphärisch und zart. Bei isoliertem Gebrauch von Kopfreger wird die Stimme leise, verhaucht, mitleiderregend, schwach, säuselnd und kraftlos. Die Einschränkung in der Modulation in der Dynamik und Ausdrucksfähigkeit ist ähnlich wie bei der dem isoliertem Gebrauch von Brustregistern.

Fazit: Das Brustregister und das Kopfreger müssen zusammen wirken, damit das Potential des einzelnen Prinzips entwickelt werden kann. Hilfreich dabei ist die Wechselwirkung von Atmung und Stimme (die Koordination von Lunge und Stimmbändern und von Diaphragma und Stimmlippen).

Wird sich bei Übungen auf die Vitalität des Diaphragma konzentriert, was den Rhythmus und die Impulshaftigkeit ausmacht, wird das Prinzip der Stimmlippen unterstützt.

Liegt bei Übungen die Konzentration auf der Vitalität der Zwischenrippenmuskulatur, wird das Register der Lunge und damit die Funktion der Stimmbänder gefördert.

So kann das Diaphragma die Stimmlippen und die Lunge die Stimmbänder „entzünden“.

Welche gesellschaftlichen Klischees tragen unsere Stimme?

Die Frauenstimme liegt von Natur aus höher, als die männliche. Sie wirkt dümmlich und naiv. (Edith Slembeck 1991: 191-210) In den USA ist in den letzten Jahrzehnten eine interessante Entwicklung der Frauenstimme zu beobachten: sie ist um eine kleine Terz tiefer geworden. In Europa kann man eine ähnliche, wenn auch lange nicht so starke Entwicklung feststellen. Diesen Unterschied kann man beim Vergleich von den deutschen Synchronstimmen und den Originalstimmen der US-amerikanischen Schauspielerinnen feststellen. Was für US-amerikanische Ohren *coolness* darstellt, wirkt für europäische Ohren fast befremdlich.

Meryem D. Çelikkol

Nur 30% der Wirkung einer Sprecherin und eines Sprechers werden durch Wörter und Sätze ausgelöst. 70% werden durch paraverbale und extraverbale Komponenten ausgelöst. Dieser Prozentsatz ist bei Frauen und Männern mit historischen Rollen konfrontiert, gegen die vor allem Frauen immer wieder ankämpfen müssen.

Eine tiefe Stimme steht für Autorität, Objektivität, sie wirkt vertrauenerweckend und glaubwürdig. Dies finden wir bei männlichen Stimmen. Frauen erreichen diese Tiefe nie. Sie werden expressiver wahrgenommen und lösen Stereotypen von „emotional“ und „trivial“ aus. Inhalte werden bei Sprecherinnen nicht gleichermaßen ernst genommen. Mediengurus in den USA engagierten kaum Reporterinnen und begründeten es folgendermaßen: „*Die Leute wollen keine Frauenstimmen, wenn es um ernsthafte Dinge geht*“. (Valentine/Demian 1988: 53) Worauf das Urteil basiert, bleibt schleierhaft.

In den 70er Jahren durften in Großbritannien Frauen keine Nachrichten lesen – „*man würde einer Frau nicht abnehmen, dass ein Krieg ausgebrochen sei...*“. (Schumacher 1988: 134) Im Nachrichtenbereich galt das lange auch in Deutschland. Hier seien Anfang der 90er Jahre drei Viertel aller Journalisten Männer und nur 19% Frauen, die Tendenz ist allerdings steigend. In den USA sind die news-rooms des Fernsehens Männerdomänen geblieben.

Seit den 70er Jahren empfiehlt man Frauen im Management lauter zu sprechen, damit die Stimme Raum greife. Frauen sollten darauf achten, die Stimme nicht am Satzende ungerechtfertigt zu heben. [Übungssatz: Der Vater sagt, du bleibst zu Hause! (Schlüter-Kiske 1987: 45)]. Oft empfinden sich Frauen, die üben lauter zu sprechen, als zu laut und überzogen.

Als lauterer Sprechen nichts nützte, riet man ihnen *dress for success* und eine tiefere Stimme, um Autorität auszudrücken und die Stimme zu projizieren, damit sie Raum greife.

Dies steht im Widerspruch zur weiblichen Erziehung, die besagt (Brown/Gilligan 1994: 74):

- das Image weiblicher Perfektion zu stützen
- nette Mädchen sind immer gelassen, kontrolliert und ruhig

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

- nette Mädchen machen kein Theater, sind nie laut oder autoritär
- nette Mädchen sind weder aggressiv noch ärgerlich und
- sie machen keine Schwierigkeiten

Und welche Stimme hört man in Rundfunk und Fernsehen?

Musikalisch ausgedrückt hören wir im Rundfunk und Fernsehen bei Frauen keine Stimme im Bereich des (Mezzo-) Soprans und bei Männern keine im Bereich des Tenors, der weit in die Stimmregistern von Frauen reicht.

Untersuchungen haben festgestellt, dass die Stimme von Frauen am Mikrofon bis zu zwei Töne tiefer als der relative Indifferenzton „g“ der Altstimme und eine Terz bis eine Quart tiefer als die mittlere Altstimme liegt. Sie haben also große gemeinsame Bereiche mit den männlichen Registern.

Vergleicht man die hohe Stimme von Japanerinnen, denen eine berufliche Karriere als Moderatorin nahezu verwährt wird, mit der „dunklen Bruststimme“ von Schwarz-Amerikanerinnen, deren Vermittlung von Autorität und Status ihrer Stimme häufig in den Medien nicht erwünscht war/ist, treffen sich die Stimmen beider Gruppen kaum in ihren Registern.

In Stimmuntersuchungen in den USA wird die habituelle Grundtonhöhe mit der sozialen Schicht in Relation gesetzt:

- Leistungsorientierte, dominante und kompetente Amerikaner weisen eine höhere Grundtonhöhe auf, als nicht leistungsorientierte Amerikaner aus der gleichen Schicht. Bei letzteren wirkt die Stimme tiefer und entspannter.
- Die Beobachtung basiert darauf, dass die organische Erregung zu Muskelspannung führt, um Kompetenz und Dominanz zu erreichen. Diese Muskelspannung wirkt sich auch auf die Stimme aus, was zur höheren Grundtonhöhe führt. (Scherer 1979: 155)

Wie wirkt die Klangfarbe bei Frauenstimmen im Rundfunk und Fernsehen?

Die Stimme von Frauen klingt warm, tief, dunkel, was die Expressivität ausdrückt und weich und melodios, was die Emotionalität zeigt.

Meryem D. Çelikkol

Die Stimme von Männern wird hell, metallisch und kraftvoll wahrgenommen, was Dominanz, Rationalität und instrumentelle Zielorientierung assoziiert.

Die Expressivität und Tonhöhenbewegung spielt unterschiedliche Rollen bei Frauen- und Männerstimmen. Der Volksmund sagt „Männer haben Urteile, Frauen Intuition“.

Männer nutzen zum Ausdruck ihrer Autorität nur drei Töne ihres Normalsprechbereichs, wodurch der Eindruck ausdrucksarmen Sprechens entsteht. Ausdrucksarmes Sprechen steht für die Stereotypen „informieren“ und „Objektivität“. (Brend 1978)

Frauen verwenden gewöhnlich vier bis fünf Töne, wodurch ihr Sprechen als „emotional“ interpretiert wird. Der Eindruck von „Emotionalität“, „Trivialität“ und „Subjektivität“ entsteht.

In Nachrichten realisieren Männer Intervalle von max. 34 Hz, Frauen von 60 Hz, genauso viel wie Männer in der Werbung. Und Werbung gilt als trivial. Bei Frauen bleiben die Intervalle übrigens bei 60 Hz auch in der Werbung.

Die Moderation

Die Moderatorin bzw. der Moderator in einer Sendung hat zwei Aufgaben:

1. Sie/er ist Vermittler/in und soll für einen empfängergerechten Informationstransfer sorgen, oder semiotisch ausgedrückt, einen beurteilbaren Konnex, also einen dicentischen Interpretantenbezug schaffen. Im Einzelnen bedeutet das, Inhalte für die Hörer bzw. Zuschauer aufzubereiten und verständlich darzustellen.

2. Sie/er soll den Sendungen Attraktivität verleihen, diese unterhaltsam und interessant gestalten. Das ist als Schwerpunkt für die Unterhaltungsmoderation zu sehen, aber auch eine Teilkomponente im Infotainment. Das bedeutet im Einzelnen:

a. Hörer und Zuschauer fesseln, also auf Ebenen der Meta-Kommunikationen Interessen und Emotionen ansprechen.

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

b. Im Fernsehen sind Bilder und nonverbales Verhalten entscheidend. Im Hörfunk wirken sehr differenzierte Signale über die Stimme und paralinguistische Merkmale des Sprechhabitus. Semiotisch befinden wir uns hier in einem offenen Konnex, der auch in der Objektebene ikonisch² abgebildet wird.

Eine „Medienkompetenz“ ist immer noch ein unbewusster Prozess und nicht reflektiertes Wissen. (Beutele, 1981)

Man spricht von einer Dualität auf der Funktionsebene (Elisabeth Böhm 1994: 29-39):

1. Moderatoren sollen sich „spontan mit den Hörern und Zuschauern unterhalten“, indem sie ihnen Vertrautheit und menschliche Nähe vermitteln. Durch Kontaktparanthesen, personaldeiktische Ausdrücke³ und einen intimen Ton soll die Illusion einer privaten Atmosphäre erzeugt werden. Dies gilt als Suggestionkraft des Mittels „Moderation“.

2. Die Illusion der Vertrautheit endet im Interessenkonflikt zwischen dem Empfänger und Sender. Z.B. müssen bei Telefoninterviews die Moderatorinnen und Moderatoren die Gespräche steuern und kontrollieren, eine Garantie von thematischen Bezügen gewährleisten, den zeitlichen Rahmen einhalten und für Ausgewogenheit sorgen.

Ergo: Sie müssen als Regulativ und Führungsinstanz den Überblick behalten. Gleichzeitig sollen sie locker und frei unterhalten und die einseitige Kommunikationsbeziehung zum Empfänger scheinbar dialogisch herstellen.

² Ikon: Klasse von visuellen oder akustischen Zeichen, die in unmittelbar wahrnehmbarer Beziehung zur bezeichneten Sache stehen, indem sie Aspekte des realen Objektes abbildhaft imitieren und dadurch eine Ähnlichkeit oder Gemeinsamkeit von Merkmalen aufweisen. (Bußmann 1990: 323)

³ Deix: Eigenschaft bzw. Funktion sprachlicher Ausdrücke, die sich auf Person-, Raum- und Zeitstruktur von Äußerungen in Abhängigkeit von der jeweiligen Äußerungssituation bezieht... (Bußmann 1990 163)

Medienrollen

Der Erfolg eines Senders machen die Moderatoren aus, nämlich durch

- die Hörerzahl
- die Zuschauerquoten und
- die Akzeptanzfrage

Das Musikprogramm alleine reicht z.B. nicht, erst der Wortanteil macht ein Programm unverwechselbar. Dazu müssen Moderatorinnen und Moderatoren eine Singularität ihrer persönlichen Einmaligkeit mit dem Sender-Logo schaffen.

Frauen sind in dem Bereich_kompatibler, selten wird bei ihnen eine Interessendivergenz sichtbar bzw. hörbar.

Männer arbeiten vor der Kamera oder am Mikrofon eher an der Selbstdarstellung.

Umfrageergebnisse bei fünf öffentlich-rechtlichen und vier Privatsendern in Deutschland besagen, dass 12% der Frauen und 47% der Männer in Konflikt mit ihren Vorgesetzten über ihre Aufgaben und Funktion bzgl. der Redaktion und Sendeanstalt geraten.

Moderatorinnen und Moderatoren führen durch die Sendung, haben eine aktive Funktion der Kommunikationsbeziehungen inne, selten eine re-aktive.

Der Konsument erwartet von der Moderatorin bzw. dem Moderatoren, dass sie/er eine Vorbildfunktion übernimmt: Sie/er soll witzig, charmant, schlagfertig, humorvoll, attraktiv, gebildet, eloquent, intelligent und sicher auftreten.

Diese Erwartung von Perfektion verursacht Verunsicherung, Komplexe und Hemmungen, was in live-interviews oder Telefon-interviews festzustellen ist.

In diesem Kontext haben Frauen einen Sympathiebonus. Auf paralinguistischer Ebene in situativen Kontexten sind sie eindeutiger:

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

- Sie vermitteln durch nonverbale und verbale Affirmation dem Gesprächspartner Sicherheit.
- Sie können durch die Änderung ihres Sprechverhaltens und eine andere Sprachebene (Umgangssprache) oder eine spezifische Intonation den perlokutionären Aspekt⁴ des Sprechakts in den Vordergrund stellen.
- Sie nimmt dem Gesprächspartner die Angst, sich zu blamieren.

Männer dagegen verlassen in der Situation den inhaltlichen Kontext, um Sicherheit und Lockerheit zu erzeugen. Hier findet eine illokutionäre Verschiebung statt.

Stimmlich gesehen wirken Frauen am Mikrofon oft unnatürlich. (Böhm 1994). Dies ist durch den Situationsstress, die Hektik und den ausgeprägten Perfektionsdrang bedingt. Sie liegt dann oft über ihrer stimmlichen Indifferenzlage, hyperaspizieren und artikulieren mit hartem glottalem Verschluss. Diese Phänomene des Sprech- und Sprachstils lassen sich soziolinguistisch erklären.

Eine erhöhte Atemfrequenz bei Anfängern oder in besonders schwierigen Situationen ist gleichermaßen bei Frauen und Männern zu beobachten. Aber die höhere Stimme der Frauen verrät die Belastung schneller.

Welche Leistungen müssen Moderatorinnen und Moderatoren während einer Sendung erbringen?

Lt. Böhm (1994: 29-39) bewegen sich diese Leistungen auf verschiedenen Ebenen:

⁴ Perlokution: Teilaspekt einer Sprechhandlung, der sich auf kausalen Wirkungen, die der Sprecher durch seine Äußerung absichtlich hervorruft, bezieht. Perlokutive Akte bestehen im Hervorrufen von Wirkungen beim Hören durch den Vollzug eines bestimmten illokutiven Aktes, z.B. durch den Vollzug einer Behauptung jemanden einschüchtern, verstimmen, beruhigen oder erweitern.

Meryem D. Çelikkol

1. Da sind inhaltspezifische, kognitive Aufgaben, nämlich der Logik zu folgen, die Zielorientiertheit zu kontrollieren und thematische Assoziationen herzustellen.

2. Da sind hörerspezifische, psycho-soziologische Aufgaben, nämlich zielgruppenorientiert zu agieren und partnerorientiert zu re-agieren.

3. Da sind senderspezifische, logistische Aufgaben, nämlich vorgegebene Rahmenbedingungen einzuhalten und an das Senderlogo zu adaptieren.

In der Triade von Thema, Konsument und Auftraggeber oder von Logik, Psycho-Logik und Logistik ist ein weites Spannungsfeld zwischen Konvergenz und Divergenz enthalten.

In Interviews besteht für Frauen und Männer die Partnerorientierung, die durch einen kooperativen Austausch oder eine Konfrontation definiert wird. Es gibt also eine Konsens- oder Dissenserwartung. (Ecker 1977)

Frauen bevorzugen häufig Harmoniestrategien durch Bestätigen, Ausgleichen und Versuchen des Konsens.

Männer zeigen häufig mehr Kampflust, indem sie das opening ihres Interviews oft durch Provokationen einleiten. Männer zeigen Ausgleichshandlungen durch Komplimente gegenüber weiblichen Gesprächspartnern. Sie sprechen das Aussehen der Frau an. Frauen dagegen machen Männern gegenüber eher inhaltsbezogene Komplimente.

Ein anderes Element der Moderation ist das Witze erzählen, was eine reine Männerdomäne zu sein scheint. 27 von 90 Frauen finden es furchtbar, in der Moderation Witze zu erzählen. Witze bewegen sich objekt-semiotisch im indexikalischen (= deiktischen) Bereich, der zwei beliebige Elemente des Repertoires verknüpft. Durch Verschiebung der Ebenen, überraschende Wendungen, Mehrdeutigkeiten etc. wird der Interpretationsbezug vom geschlossenen zu offenen Konnex oder umgekehrt verändert.

Von Moderatorinnen und Moderatoren wird Sicherheit, Souveränität und Selbstzufriedenheit des „großen Redners“, aber auch die Borniertheit des

Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in Rundfunk und Fernsehen)

Selbstdarstellung erwartet, letzteres stärker bei männlichen Moderatoren als von den weiblichen. Diese Punkte haben wenig mit dem dialogischen Gesprächsverhalten zu tun, sondern mehr mit dem Spaß am Auftritt.

Global gesehen kann man feststellen, dass die Rollen der Moderatorinnen und Moderatoren ähnliche bis gleiche Ziele verfolgen. Die Stimmlage und die Stimmhöhe in dieser Berufssparte veränderten sich in den letzten 30, 40 Jahren sehr. Immer mehr Frauen sind als ernsthafte, informationstransferierende Sprecherinnen keine Seltenheit mehr, sondern setzen sich in diesem Genre verstärkt durch und die Entwicklung scheint sich erfolgreich fortzusetzen.

Literaturliste

Coates, J. (1986). *Women, Men and Language*. London – New York

Kotthoff, H. (Hrsg.) (1988). *Das Gelächter der Geschlechter. Humor und Macht in Gesprächen von Frauen und Männern*. S. 123-153, Frankfurt/M.

Lippert, H.: *Anatomie*. München 1989

Scheu, U. (1984). *Wir werden nicht als Mädchen geboren – wir werden dazu gemacht. Zur frühkindlichen Erziehung in unserer Gesellschaft*. Frankfurt/M.

Schlüter-Kiske, B. (1987). *Rhetorik für Frauen*. München

Schmidt, C. (1988). *Typisch weiblich – typisch männlich: Geschlechtstypisches Kommunikationsverhalten in studentischen Kleingruppen*. Tübingen.

Zeitschriften:

Brend, R.M. (1978). „The Inclusion of the Male-Female Differences in Foreign-Language Pedagogy“. *Speech Education*. 21-27.

Böhm, E. (1994). „Einfach normal. Spontansprache und Natürlichkeit in der Moderation“. *logo-report* 3; 29-39.

Burkhardt, A. (1992). „Das ist eine Frage des Intellekts, Frau Kollegin. Zur Behandlung von Rednerinnen in deutschen Parlamenten“. *Die Geschlechter im Gespräch. Kommunikation in Institutionen*. 287-310.

Fragstein, Th. V. (1991). „Kommunikation vokal. Gedanken zur Verdinglichung und Funktionalisierung des Phänomens Stimme“. *Stimme*. 39-48. *Sprache und Sprechen* Bd. 25. Frankfurt/M.

Geissner, H. (1991a, 1975). „Das Verhältnis von Sprach- und Sprechstil bei Rundfunknachrichten“. *Vor Lautsprecher und Mattscheibe*. 84-98, St. Ingbert

Henley, N.M. (1989). „Mach' ein fröhliches Gesicht (wenn Du eine Frau bist)“. *Körperstrategien. Geschlecht, Macht und nonverbale Kommunikation*. 249-25. Frankfurt/M. Originalausgabe: *Body Politics*, New York 1977.

O'Barr, W., Atkins, B. (1980). „Women's Language or Powerless Language?“. *Women and Language in Literature and Society*. 93-110, New York.

Ptok, G. (1991). „Zur Stimme Lehrender. Lebensgeschichtliche Einflüsse“. *Stimme*. 137-148. *Sprache und Sprechen* Bd. 25. Frankfurt/M.

Schneider, B./ Schönbach, K./ Stürzebecher, D. (1/1993). „Westdeutsche Journalisten im Vergleich: Jung, professionell mit Spaß an der Arbeit“. *Publizistik*. 5-30.

Schumacher, H. (1988). „Durch die Sendung führt: Überlegungen zur Moderation im Magazin“. *Magazine audiovisuell*. 129-140, Berlin.

Slembek, E. (1993). „Situation und Raum. Erziehung von Mädchen und deren Abbildung in Werbespots im Fernsehen“. *Sprechen – Hören – Sehen*. 236-244. *Sprache und Sprechen* Bd. 26. München.

Trömel-Plötz, S. (1988). „Weibliche Kompetenz im öffentlichen und professionellen Diskurs“. *Basler Magazin*. Nr. 44, 1-7.

*Frauen- und Männerstimmen in Medien (Moderatorinnen und Moderatoren in
Rundfunk und Fernsehen)*

Valentine, D./ Demian, B. (1988). „Communicative Power, Gender and Culture. Determinants of the Ideal Voice“. *Women and Communicative Power. Theory, Research and Practice*. Annadale, Va. 1.

Wagner, A.C. (1989). Wenn zwei dasselbe tun, ist es noch lange nicht das gleiche. Soziale Interaktion und Kommunikation zwischen Geschlechtern. Unveröff. Vortragsmanuskript.

Zimmermann, D./ West, C. (1975) „Sex roles, interruptions and silences in conversation“. *Language and sex: Difference and dominance*. Rowley.