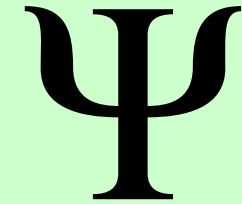




# EFFEKTE GESCHLECHTERGERECHTER SPRACHE AUF DIE BEANTWORTUNG VON MEINUNGSUMFRAGEN



Katja Müller  
Sandra Reinmuth

Lehrstuhl Sozialpsychologie  
Frau Prof. Dr. D. Stahlberg

Katrin Lindner  
Rainer Greifeneder

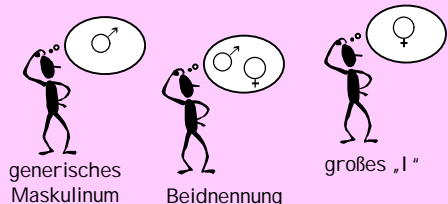
**Thema:** Wenn im Deutschen von Personen beiderlei Geschlechts die Rede ist, verwendet man zu deren Bezeichnung im allgemeinen die männliche Sprachform. Diese wird als generisches Maskulinum bezeichnet.

Einige Arbeiten der letzten Jahre belegen, dass der Gebrauch des generischen Maskulinums im Vergleich zu geschlechtergerechteren Sprachformen (z.B. explizite Nennung beider Geschlechter oder großes „I“) Frauen schwerer kognitiv verfügbar macht bzw. zu einem geringeren gedanklichen Einbezug von Frauen führt.

In unserem Experiment soll nun die Hypothese untersucht werden, dass Meinungsumfragen zum Image einer Personengruppe zu anderen Ergebnissen führen könnten, wenn Fragen in unterschiedlichen Sprachversionen formuliert werden.



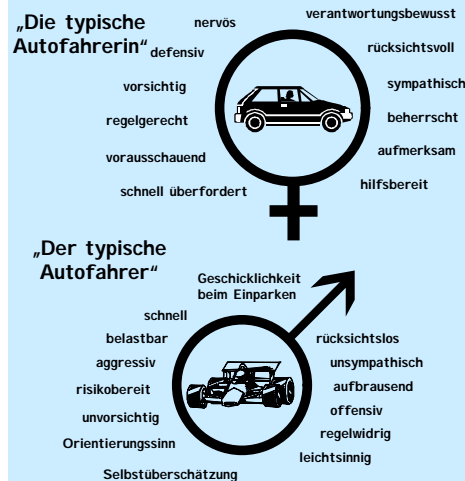
**Spezifische Hypothese:**  
Sprachversion → kognitive Repräsentation



## VORTEST

Ein Effekt der in einer Umfrage verwendeten Sprachform wird nur ersichtlich, wenn für die Personengruppe, deren Image erfasst werden soll, nachweislich geschlechtsspezifische Stereotype existieren.

Deshalb wurde in einer mit Studierenden durchgeführten Vorstudie abgefragt, wie stark vorgegebene Eigenschaften das jeweilige Image eines männlichen bzw. weiblichen Vertreters einer Personengruppe charakterisieren. Die Gruppen „Richterinnen/Richter“, „Polizistinnen/Polizisten“ und „Autofahrerinnen/Autofahrer“ wurden einzeln abgefragt. Dabei ergaben sich die größten wahrgenommenen Image-Unterschiede zwischen Autofahrerinnen und Autofahrern. Es zeigten sich folgende signifikante geschlechtsspezifische Stereotype:



## HAUPTSTUDIE

### Versuchspersonen:

120 Personen, davon je 60 Frauen und Männer im Alter von 16 bis 74 Jahren.

### Experimentelles Design & Operationalisierung:

Alle Versuchspersonen wurden gebeten, einen Fragebogen auszufüllen, der angeblich das Image von „Autofahrern“ erfassen sollte. Dabei wurde die Sprachversion variiert.

**UV1:** Sprachversion (3 aktiv manipulierte Stufen - Generisches Maskulinum versus Beidnennung versus großes „I“)

**Kontrollvariablen:**

**UV2:** Geschlecht (2 Stufen)

**UV3:** Alter (2 Stufen - unter 30, über 30 J.)

**AV:** Zuschreibung von verschiedenen Eigenschaften zur vorgegebenen Gruppe (20 Items, ausgewählt aufgrund der Ergebnisse des Vortests - siehe Fragebogen)

### Auswertung:

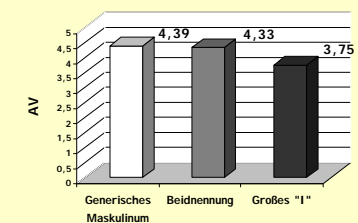
Globale Inter-Item-Konsistenz: 0.78

→ Bildung der mittleren Summenscores über alle Items als Gesamt-AV (hoher Wert = männliches Stereotyp, gemäß Vortest).

→ 3x2x2-ANOVA



Die Durchführung der ANOVA ergab u.a. den für die Hypothese relevanten hochsignifikanten Effekt ( $\alpha = 0,01$ ) der Sprachform ( $F[2,108] = 16,42$ ) und wurde nicht durch die Kontrollvariablen modifiziert (keine Wechselwirkungen). Dieser besonders interessierende Einfluss der Sprachform ist im folgenden grafisch dargestellt:



Analog zu vorhergehenden Studien bestätigte sich damit die Hypothese, dass die Sprachform einen Unterschied in der Beantwortung von Meinungsumfragen macht. Hochsignifikant ist dabei der Unterschied zwischen „großem I“ und den anderen Sprachformen. Dies konnte jedoch nicht im Antwortverhalten bei „gener. Maskulinum“ vs. „Beidnennung“ aufgezeigt werden (Post-Hoc-Test, Tukey).

Eine mögliche Erklärung dafür wäre, dass mit dem „großen I“ eine deutliche Überrepräsentation weiblicher Eigenschaften einhergeht.

Alfermann, D. (1996). *Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten*. Stuttgart: Kohlhammer.

Braun, F., Gottburgsen, A., Sczesny, S. & Stahlberg, D. (1998). Können Geophysiker Frauen sein? Generische Personenbezeichnungen im Deutschen. *Zeitschrift für Germanistische Linguistik*, 26, 177-195.

Stahlberg, D. & Sczesny, S. (1999). *Einladung an alle Politiker - Muss Frau Simonis zu Hause bleiben?* Unveröffentlichtes Manuskript: Universität Mannheim

