

05. Dezember 2008

# medien heft

---

## Populärwissenschaftliche (Sprach-)Bilder

### Wie Wissensmagazine Forscherinnen und Forscher vorstellen

Tanja Maier

**Medien beschreiben nicht nur, sondern sie bewerten auch und prägen damit unsere Vorstellung von der Wirklichkeit. Das gilt in besonderem Maß für Personen, die in Wort und Bild inszeniert werden. Wie unterschiedlich dabei Männer und Frauen in den Blick geraten, zeigen exemplarisch jene Magazine, die sich der Wahrheit verpflichtet fühlen, die Wissenschaftsmagazine.**

Auf dem Cover des populären Wissensmagazins GEO vom Januar 1999 sind zwei Portraitaufnahmen zu sehen, die Albert Einstein und den Dalai Lama zeigen. Zwischen den beiden Köpfen prangt der Schriftzug: «Wer erklärt uns die Welt?» (s. Abb. 1). Die Unterzeile macht schnell deutlich, dass sich die Frage auf den Zusammenhang von Mystik und Wissenschaft bezieht. Aus einer geschlechterkritischen Perspektive evoziert das Titelbild jedoch schnell die Antwort, dass es vor allem Männer sind, die in den Medien als 'Welterklärer' in Szene gesetzt werden. Allerdings lohnt es sich, hier einen genaueren Blick auf die Bilder von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen in der populären Wissenschaftsberichterstattung zu richten.

Erwartungsgemäß finden sich in populären Wissensmagazinen weitaus weniger Bilder über Mathematikerinnen, Natur- und Technikwissenschaftlerinnen als über ihre männlichen Kollegen. Man könnte nun argumentieren, dass die non-fiktionalen Texte lediglich 'die Realität' widerspiegeln. Schließlich sind Frauen in Spitzenpositionen in diesen Bereichen deutlich unterrepräsentiert. Es gehört nun aber zu einer der grundlegenden Erkenntnisse der Medienwissenschaft, dass mediale Bilder die Wirklichkeit nicht einfach reflektieren, sondern sie eben auch konstruieren. Medien vermitteln demnach nicht einfach Informationen und Fakten 'aus der Wissenschaft', sondern sie greifen Wissen auf, verändern es und sind somit an der Konstruktion der sozialen Wirklichkeit beteiligt. Zudem darf nicht übersehen werden, dass sich durchaus bildliche Darstellungen von Wissenschaftlerinnen in den Wissensmagazinen finden. Es werden Frauen in den 'harten' Wissenschaften in Szene gesetzt, die zumindest auf den ersten Blick stark,

---

#### Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet: [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

kostenloser Bezug via Internet oder Newsletter: [www.medienheft.ch/mailling\\_abo/](http://www.medienheft.ch/mailling_abo/)

erfolgreich und handlungsfähig erscheinen. Somit gilt es, auch die medialen Formen der Anerkennung zu analysieren, die manchen Wissenschaftlerinnen in den Wissensmagazinen durchaus zukommen. Für die Analyse wurden Personen einbezogen, die in den Naturwissenschaften, Technikwissenschaften und in der Mathematik tätig sind. Oftmals lässt sich dies in der medialen Repräsentation nicht trennscharf voneinander unterscheiden. Um lange Aufzählungen zu vermeiden, wird im Folgenden von Naturwissenschaften bzw. von Wissenschaft die Rede sein. Was die untersuchten Zeitschriften betrifft, so handelt es sich um drei der etablierten bundesdeutschen Wissensmagazine: GEO, BILD DER WISSENSCHAFT (inkl. SUPPLEMENT) sowie NATUR & KOSMOS. Diese Magazine wurden für den Zeitraum von Januar 2003 bis August 2008 auf ihre Bilderpolitik untersucht. Da es im Folgenden nicht um quantifizierende Aussagen geht, wurden nur solche Berichte analysiert, in denen die Personen der Wissenschaft im Mittelpunkt stehen, also beispielsweise Personenportraits oder personenzentrierte Interviews.

### Populäre Bildsprache und Wissenschaft

Neben anderen Strategien der Vermittlung setzen Wissensmagazine auf eine starke Bebilderung ihrer Berichte. Bild meint hier zunächst ganz pragmatisch im Wortsinne Abbildungen von Personen, etwa Fotos, Zeichnungen oder Karikaturen. Betrachtet man die Fotografien, die in den untersuchten Wissensmagazinen abgebildet werden, so ist festzustellen, dass sich dort keine abwertenden Bilder von Wissenschaftlerinnen finden lassen. Untersucht man die Fotografien allerdings im Kontext des Bilderdiskurses der Wissensmagazine, also im Verhältnis zu den männlichen Darstellungen, dann finden sich unterschiedliche geschlechtliche Ausformulierungen. So tendieren die Körperinszenierungen der Wissenschaftlerinnen zu einer instabileren Haltung, zudem werden die männlichen Wissenschaftler raumeinnehmender, dynamischer und imposanter in Szene gesetzt (s. Abb. 2/3).

Insgesamt ist auffällig, dass nicht nur die Männer, sondern auch die Wissenschaftlerinnen in berufsbezogenen Umfeldern und Tätigkeiten gezeigt werden. Für die Jahre 1999 bis 2001 hat die Wissenschaftssoziologin Martina Erlemann noch festgestellt, dass in medialen Darstellungen von Physikerinnen die Frauen weitaus häufiger als Männer in einem privaten Handlungskontext gezeigt wurden (vgl. Erlemann 2003). Unerwartet ist daher auf den ersten Blick, dass viele Wissenschaftlerinnen in den hier untersuchten Wissensmagazinen mit attribuierenden Objekten wie Messinstrumenten abgebildet werden; oder sie werden innerhalb bestimmter Räume gezeigt, etwa im Labor oder im Arbeitszimmer. Diese Bebilderungen werden als fachkulturelle Verweise in Szene gesetzt, das heißt die Räume und Vergegenständlichungen sind mit der jeweiligen Fachkultur verknüpft. Bei den männlichen Darstellungen fehlen solche Verweise öfters, manchmal ist höchstens im Hintergrund schemenhaft ein Bücherregal zu sehen (s. Abb. 4). Ausgehend von der Vielzahl solcher Bilder von Wissenschaftlern, die sich so von Frauen nicht finden lassen, ließe sich eine eher gegenteilige These zu Erlemann aufstellen: Die Naturwissenschaftlerinnen werden häufiger mit explizit fachbezogenen Vergegenständlichungen inszeniert, um ihren Status als Forscherin in den 'harten Wissenschaften' überhaupt beglaubigen zu können. Dagegen scheint ein Portrait oder der im Anzug bekleidete Körper von Männern auszureichen, um Autorität und Macht eines Naturwissenschaftlers anzuzeigen.

Wenn Wissenschaftler mit fachkulturellen Vergegenständlichungen gezeigt werden, dann fallen die vielen Bilder auf, auf denen Männer etwas tun: Sie bedienen Maschinen, sie messen und berechnen, sie zerlegen oder setzen zusammen. Dem stehen tendenziell mehr Bilder von Wissenschaftlerinnen entgegen, die zwar im wissenschaftlichen

Kontext, aber nicht als *aktive* Forscherin dargestellt werden (s. Abb. 2/3 und 5/6). Frauen stehen in ihrem Arbeitszimmer, sie präsentieren etwas oder sitzen auf ihrem Schreibtisch; - und fast immer lächeln sie dabei freundlich in die Kamera. Besonders deutlich lassen sich die unterschiedlichen geschlechtlichen Ausformulierungen an einem häufiger zu findenden Motiv aufzeigen: Bilder von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen, die an einem Arbeitsplatz vor einem Computerbildschirm in Szene gesetzt sind. Während sich die Wissenschaftlerin bei diesen Bildinszenierungen von dem Computer abwendet und in die Kamera lächelt, scheint der Wissenschaftler konzentriert und nachdenklich in seine wissenschaftliche Arbeit vertieft zu sein (s. Abb. 7/8). Zugespielt wird diese Inszenierung des scheinbar denkenden, kreativen und produktiven Wissenschaftlers auf einer Fotografie in *BILD DER WISSENSCHAFT* (10/05: 75; s. Abb. 7). Im linken Bildteil ist ein Physiker in der beschriebenen Pose zu sehen. Er scheint völlig verinnerlicht über seiner Arbeit, sein Blick schweift nicht von dem Bildschirm ab. Der Oberkörper ist leicht nach vorne gebeugt, mit dem linken Ellenbogen stützt er sich auf dem Schreibtisch ab, sein Kopf ruht in seiner linken Hand. Die Pose ruft sofort die bekannte Skulptur 'Der Denker' von Rodin auf. Mehr noch, ist doch im rechten Bildteil der Fotografie eine Skulptur von Rodins Denker etwas unscharf in gleicher Größe wie der Physiker zu sehen. In den Wissensmagazinen werden somit bekannte Mythen weitererzählt, wobei auf alte, tradierte Bilder des Wissenschaftlers zurückgegriffen wird. So finden sich öfters bildliche Inszenierungen, mittels derer die Wissenschaftler in eine Reihe mit Einstein oder anderen großen Köpfen des jeweiligen Fachgebiets gesetzt werden.

Auf der Ebene der Fotografien wird aber nicht nur an altbekannte Bilder des genialen Schöpfers angeknüpft, sondern zugleich an Figurationen aus dem Archiv von Hollywood. So finden sich bildliche Bezüge zu Filmen und Serien wie *DIE ZEITMASCHINE* oder *STAR TRECK*, in denen geniale Wissenschaftler die Zeit besiegen oder die endlosen Weiten des Weltraumes entdecken. Am häufigsten lassen sich diesbezüglich jedoch Verweise auf den wohl bekanntesten abenteuerlichen Wissenschaftler ausmachen: nämlich *INDIANA JONES*. Dessen bekanntes Erkennungszeichen, der Fedora, ein weicher Filzhut, findet sich auch mehrfach in der medialen Berichterstattung über Wissenschaftler (s. hierzu Abb. 9 und 10). Indem die Wissensmagazine diese tradierten Bilder aufgreifen und aktualisieren, erscheint die Schöpfungskraft des Naturwissenschaftlers gleichsam als universell und evident. Bezogen auf diese medialen Anknüpfungen an bekannte Bildtraditionen ist es nun interessant, den Blick auch auf die *Sprachbilder* zu richten.

### Von Sprachbildern und Bilderschleifen

Bei der Popularisierung von Wissenschaft kommt Metaphern eine wichtige Rolle zu (vgl. Schmitz/Schmieder 2006). Die Wissenschaftsberichterstattung setzt auf Komplexitätsreduktion, wenn sie wissenschaftliche Befunde einem breiten Publikum zugänglich machen will und diese in den Kontext zur Alltagswelt setzt. Eine wichtige Funktion von Sprachbildern ist also die der 'Übersetzung'. In den Popularisierungsprozessen wird dabei aber nicht nur die Komplexität bestimmter Sachverhalte reduziert, die Sprachbilder verleihen den Sachverhalten in ihrer Darstellung auch eine Wertigkeit. Sie wirken also ideologisch. In ihrer medialen Verbreitung können solche Sprachbilder zu dem werden, was Jürgen Link als 'Kollektivsymbole' theoretisiert hat: Ein Archiv von weit verbreiteten und tradierten Bildern, die in allen Diskursen auftauchen und uns ein Bild von der gesellschaftlichen Wirklichkeit liefern (vgl. Link 1982). Sie bilden dabei keine Wirklichkeit ab, sondern sie sind an der Konstruktion von Wirklichkeit beteiligt. Solche medialen Bilder rufen bei einem Großteil der Gesellschaft den Effekt von 'Verständlichkeit' hervor; sie erscheinen 'sinnvoll' (vgl. Gerhard 1992: 165).

In einem Großteil der Beschreibungen der männlichen Wissenschaftler lassen sich in den Überschriften der Artikel bestimmte *Figurative* finden: wie «der Teilchenjäger» oder «der Überflieger». Diese werden mit entsprechenden Zuschreibungen wie 'stark', 'mutig' etc. verbunden, die 'das Wesen' des Wissenschaftlers auszumachen scheinen. Bezogen auf die Naturwissenschaftler fallen dabei immer wiederkehrende Sprachbilder auf. Man könnte hier mit der Kunstwissenschaftlerin Irene Nierhaus auch von einem «Bildloop» sprechen: ein wiederkehrendes, sich veränderndes Kompendium an Bildsetzungen (vgl. Nierhaus 2006).

Loop 1: Wissenschaftler sind Pioniere, Vorreiter und Genies: Die Konstruktion der Schaffenskraft der Naturwissenschaftler, die bezogen auf die Fotografien bereits angesprochen wurde, setzt sich in den Sprachbildern explizit fort. Wissenschaftler sind «Überflieger», «ein Stern am Forschungshimmel», ein «Stern am Stiftungshimmel», «einer der größten Astronomen», «Star», «Universalgelehrter» oder ein «Visionär». Zudem finden sich Zuschreibungen wie «genial», «begnadet» oder «hochbegabt». Die Liste ließe sich noch lange fortsetzen, bis hin zu Parallelen zur göttlichen Handlung, in denen die männliche und die göttliche Gestaltungskraft scheinbar verschwimmen. Die verwendeten Sprachbilder implizieren, dass Naturwissenschaftler aus sich heraus über eine überragende schöpferische Geisteskraft verfügen, deren Originalität einzigartig ist.

Loop 2: Wissenschaftler werden im Lichte von Sport, Kampf und Heldentum betrachtet: Die Naturwissenschaftler werden dargestellt, als verfügten sie über herausragende Fähigkeiten und Eigenschaften, die sie zu überragenden wissenschaftlichen Leistungen befähigen. Um nur einige Beispiele zu nennen: Wissenschaftler sind – «Ritter ohne Fehl und Tadel» oder «Kämpfer». Sie führen «Krieg gegen Bakterien» oder «Krieg gegen Wilderer», sie sind «Abwehrspezialisten» oder «Helden, die Katastrophen verhindern».

Loop 3: Wissenschaftler sind Detektive und Abenteurer: Wissenschaftler werden in den Wissensmagazinen ins Bild gesetzt als: «Weltreisende», sie sind «Reisende durch Raum und Zeit», «Detektive der Galaxien», «geniale Erfinder» oder «Entdecker vom Amazonas». Sie «klären Geheimnisse auf» und «erobern das wilde Land».

Festzuhalten gilt: In den Wissensmagazinen werden die Naturwissenschaftler als Schöpfer inszeniert, die das Unbekannte entdecken, der Natur ihre Geheimnisse entlocken und den wissenschaftlichen Vorsprung erobern. Bezogen auf die medialen Darstellungen von Wissenschaft lässt sich feststellen, was die Kunstwissenschaftlerin Silke Wenk bezogen auf 'Repräsentationen des Politischen' beschrieben hat. «Geschlechterbilder, die in unserem kulturellen Gedächtnis eher als überholt erscheinen mochten, kehren somit aus anderen Kontexten zu uns zurück, allerdings modifiziert und zum Teil mit neuen Bedeutungen assoziiert» (Wenk 2005: 131). Auf diese Weise erscheinen bestimmte Bilder als das immer schon Dagewesene.

### Nachholende Entwicklungen

Während die Fähigkeiten und Leistungen der Naturwissenschaftler in bestimmte 'Inbilder' und 'Inbegriffe' übersetzt werden, scheinen hier für Naturwissenschaftlerinnen allerdings die Anknüpfungspunkte zu fehlen. In den Überschriften, Zwischenüberschriften und Bildunterschriften finden sich nur wenige Figurative für Wissenschaftlerinnen, sie werden vornehmlich mit bestimmten *Zuschreibungen* versehen. Die Wissenschaftlerinnen werden dabei nicht direkt abgewertet, - etwa durch sexistische Kommentierungen ihres Aussehens. Entsprechend der bereits beschriebenen Differenzarbeit wer-

den sie im Verhältnis zu den männlichen Repräsentationen, die wiederum an im kollektiven Bildgedächtnis gespeicherte, Bilder von Wissenschaft anknüpfen, als weniger machtvoll und handlungsfähig dargestellt. So steht etwa dem genialen männlichen Schöpfer die «disziplinierte», «motivierte» oder «talentierte» Forscherin gegenüber, die für ihren Erfolg hart «schuftet».

Die wenigen Figurative, die sich finden lassen, können nicht in die Bilder – oder besser gesagt 'Inbilder' – des Wissenschaftlers eingebettet werden. D.h., Naturwissenschaftlerinnen werden nicht als Genies, Helden oder Abenteurer inszeniert, noch lassen sich hier andere Inbegriffe ausmachen. Auffällig ist, dass Wissenschaftlerinnen häufig im Lichte von Bewegungen und Zielen betrachtet werden. So findet sich mehrfach das Sprachbild des «Durchstartens». Wissenschaftlerinnen sind außerdem «auf dem Weg, an die Spitze zu rücken», sie «behalten den Durchblick», oder sie «legen mit 58 noch einmal richtig los». Frauen erscheinen somit im Bereich der 'harten Wissenschaften' auf dem besten Wege, ihre Ziele zu erreichen. Das männliche Genie hingegen *ist* die Spitze, der Wissenschaftler hat seine überragenden geistigen Leistungen bereits erbracht. Wissenschaftlerinnen werden so inszeniert, als hätten sie sich noch nicht in der männlichen Sphäre der Wissenschaft behauptet, vielmehr durchlaufen sie eine Art 'nachholende Entwicklung'.

Außerdem werden Naturwissenschaftlerinnen und ihre wissenschaftlichen Leistungen öfters im Zusammenhang mit Gefühlen charakterisiert. Sie sind «neugierig», «feurig» und «leidenschaftlich», sie fanden Wissenschaft schon als Kinder «spannend» und entwickeln «Spaß an Alltagsthemen». Sie haben «Phantasie», sind «herzlich» oder «nachdenklich». Außerdem haben die Wissenschaftlerinnen ein «Gefühl fürs Detail» oder einen «Blick fürs Detail», was dem großen genialen Erkenntnisgewinn des Wissenschaftlers als Schöpfer gegenübersteht. Der Gefühlsdiskurs, an den hier angeknüpft wird, ist bekanntlich auch ein Geschlechterdiskurs. Er besagt, bezogen auf den hier zur Disposition stehenden Mediendiskurs, dass sich Naturwissenschaftlerinnen mehr von ihren als irrational gedachten Gefühlen leiten lassen; - wieder im Gegensatz zu den scheinbar 'rationalen' männlichen Wissenschaftlern.

### Konventionen der Sichtbarkeit

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die mediale Bildsprache die Wissenschaftler überhöht und Wissenschaft als männlich herstellt. Dabei findet eine Gleichsetzung von Wissenschaft mit exklusiven Eigenschaften statt wie Kraft, Stärke, Macht, Genialität, Kampf, Konkurrenz etc. Hierbei handelt es sich um keine 'typisch männlichen Eigenschaften', sondern um kulturelle Zuschreibungen von Männlichkeit, die auf Konventionen beruhen. Die Handlungsmacht wird durch die tradierten Bilder vom Abenteurer und Weltreisenden, vom Kämpfer und Helden, vom Genie und produktiven Schöpfer auf die männlichen Naturwissenschaftler verlagert. Hier ergänzen sich die Sprachbilder mit den Fotografien, insofern sie die Wissenschaftlerinnen gegenüber den männlichen Kollegen als weniger handlungsfähig inszenieren. Die Bilder in ihrer Gesamtheit verdeutlichen, was die Kunstwissenschaftlerin Johanna Schaffer eine mediale «Anerkennung im Konditional» nennt: Eine Form von Differenzproduktion, die allein eine Seite der Differenz mit Souveränität auflädt. Eine solche «bedingte Anerkennung» meint, dass Sichtbarkeit und Anerkennung nur dann möglich ist, wenn die Souveränität und das Privileg der Handlungsmächtigkeit der dominanten Subjektpositionen, hier der Wissenschaftler, nicht zur Disposition steht (Schaffer 2008: 64ff.).

All die Beispiele verdeutlichen, dass es nicht ausreicht, einfach nach mehr Bildern von Wissenschaftlerinnen in den Medien zu verlangen. Schaffer, die sich ausführlich mit Fragen der Sichtbarkeit im Feld des Visuellen beschäftigt hat, hat verschiedene Argumente gegen überhöhte Sichtbarkeits-Euphoriken systematisiert (insb. Schaffer 2008: 55ff.). Sie wendet unter anderem ein, dass mit 'mehr Sichtbarkeit' auch eine höhere Einbindung in normative Identitätsvorgaben verbunden sein kann. Mit Rückgriff auf das bekannte Bilderrepertoire werden dann oftmals nur die bestehenden Macht- und damit auch Geschlechterverhältnisse reproduziert. Es geht hier also eher um die Konventionen der Sichtbarkeit, welche die wesentliche Rolle spielen.

Die Popularisierung von Wissenschaft hat insofern eine zunehmende gesellschaftliche Bedeutung, als laut verschiedener Studien der Wissenschaftsjournalismus in den nächsten Jahren weiterhin an Relevanz gewinnen wird (z.B. Meier/Feldmeier 2005). Der Wissenschaftsjournalismus boomt derzeit nicht nur im Zeitschriftensektor, sondern auch im Fernsehen, im Hörfunk und in Zeitungen. Er trägt dazu bei, dass wissenschaftliches Wissen in zunehmendem Ausmaß verbreitet wird. Medien fungieren dabei nicht einfach als Vermittler von Informationen, sondern ihnen kommt eine wichtige Rolle bei der Transformation von wissenschaftlichem Wissen zu. Die Wissenschaftsberichterstattung bestimmt nicht nur darüber mit, wer zu den legitimen Akteuren der Wissenschaft gehört. Sie produziert auch Bedeutungen über die gesellschaftliche Relevanz von Frauen und Männern im wissenschaftlichen Kontext. Somit gestalten populärwissenschaftliche Diskurse auch dominante Vorstellungen über Männlichkeit und Weiblichkeit mit, sie liefern Bilder darüber, wie Frauen und Männer innerhalb bestimmter Kontexte 'sein sollen' und angeblich 'sind'. Dies muss auch vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass vielen Menschen der Zugang zum Feld der Wissenschaft fehlt. So hat Jocelyn Steinke gezeigt, dass Wissenschaftsbilder von Jugendlichen häufig anhand von Medienbildern konstruiert werden (vgl. Steinke 1999). Es ist davon auszugehen, dass viele non-fiktionale Medienangebote im Allgemeinen und die Wissenschaftsberichterstattung im Speziellen nicht nur für Jugendliche sozial ernst zu nehmende Gegenstände sind. Sie stellen also eine wichtige Informationsquelle dar, wenn es um wissenschaftliche Tätigkeiten und Praxen geht. Für die geschlechterorientierte Medienforschung bleibt es perspektivisch interessant zu beobachten, ob und wie für die mediale Darstellung von Wissenschaftlerinnen eine gewisse Bildtradition entsteht, die an bestehende Archive anknüpft und diese mit neuen Bedeutungen auflädt. Vielleicht entstehen aber auch 'andere Bilder', welche die bestehenden Geschlechterverhältnisse ein Stück weit in Bewegung bringen.

Tanja Maier, Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Siegen im Bereich Medien und Kommunikation.

Beim vorliegenden Beitrag handelt es sich um eine bearbeitete Fassung des Vortrages «Zur (Un-)Sichtbarkeit von Naturwissenschaftlerinnen in medialen Diskursen». Er wurde am 6. September 2008 gehalten, anlässlich des Symposiums «Frauen, die forschen. Über die Lage der Naturwissenschaftlerinnen in Deutschland heute – und die Funktion von Bildern in der Geschlechterpolitik». Das Symposium wurde veranstaltet vom FrauenMediaTurm in Köln, wo noch bis zum 12. Dezember 2008 eine Ausstellung zu sehen ist.

Der Text befindet sich im Internet unter:  
[http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k08\\_MaierTanja\\_01.html](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k08_MaierTanja_01.html)

## Literatur

Erlemann, Martina (2003): Die mediale Vermittlung von Naturwissenschaften – kontraproduktiv für die Chancengleichheit? In: Neue Impulse: Wissenschaftliche Beiträge und Mitteilungen der Gesellschaft Deutscher Akademikerinnen e.V., Heft 5+6/2003, S. 11–16.

Gerhard, Ute (1992): Wenn Flüchtlinge und Einwanderer zu Asylantenfluten werden – Zum Anteil des Mediendiskurses an rassistischen Pogromen. In: Jäger, Siegfried/ Januschek, Franz (Hrsg.): Der Diskurs des Rassismus. Oldenburg, S. 163–178.

Link, Jürgen (1982): Kollektivsymbolik und Mediendiskurse. In: Heft 1/1982, S. 6–21.

Meier, Klaus/ Feldmeier, Frank (2005): Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR im Wandel. In: Publizistik, Heft 2, 50. Jg., S. 201–224.

Nierhaus, Irene (2006): Vorwort: Der Held ist eine (männliche) Auf-Zeichnung. In: FrauenKunstWissenschaft. Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur. Heft 41.

Schaffer, Johanna (2008): Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld (erscheint im November 2008).

Steinke, Jocelyn (1999): Women scientist role models on screen: a case study of contact. In: Science Communication, Vol. 21, No. 2, S. 172–178.

Wenk, Silke (2005): Neue Kriege, kulturelles Gedächtnis und visuelle Politik. In: FrauenKunstWissenschaft. Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur. Heft 39, S. 122–132.

## Bildergalerie

### Welterklärer

Abb. 1



Quelle: Geo Titelblatt 1/1999

Männer und Frauen bei der Arbeit

Abb. 2



Quelle: J. Baier für bdw.  
In: Bild der Wissenschaft 10/04: 53

Abb. 3



Quelle: Philip Morris Stiftung  
In: Bild der Wissenschaft 9/07: 72

# medien heft

Abb. 4



Quelle nicht eindeutig zuzuordnen  
In: Bild der Wissenschaft 2/07: 54

Abb. 5



Quelle: Franz Killmeyer  
In: Geo 4/07: 99

Abb. 6



Quelle: V. Steger  
In: Bild der Wissenschaft plus 2007: 18

**Forschen vor dem Bildschirm**

Abb. 7



Quelle: Kwitek/Zeitungssiegel für bdw  
In: Bild der Wissenschaft 10/05: 75

Abb. 8



Quelle: J. McDermott  
In: Bild der Wissenschaft 1/08: 69

## Indiana Jones I und II

Abb. 9



Filmplakat: Indiana Jones 4

Quelle: [http://www.movie-infos.de/data/media/737/Indiana\\_Jones\\_4\\_Poster.jpg](http://www.movie-infos.de/data/media/737/Indiana_Jones_4_Poster.jpg)

Abb. 10



Quelle: Sammelquellenangabe,  
nicht eindeutig zuzuordnen  
In: Natur & Kosmos: 2/06: 51