»Wir haben das Ziel noch nicht erreicht!«

EIN GESPRÄCH MIT GEENA DAVIS*

Der Titel dieser TelevIZIon lautet »Geschlechterstereotype Bilderwelten?« Haben wir noch immer keine Geschlechtergerechtigkeit in Film und Fernsehen erreicht?

Davis: Die Antwort lautet: Nein, wir haben noch keine Geschlechtergerechtigkeit erreicht! Es ist ein Gerücht, dass Jungen und Mädchen in Film und Fernsehen gleich stark repräsentiert werden. Tatsächlich ist es so, dass selbst bei den kommerziell erfolgreichsten G-rated Family Films, d. h. den Familienfilmen ohne Altersbeschränkung, nur 28,3 % der Charaktere weiblich sind. Das macht ein Verhältnis von 2,53 zu 1. Seit Jahrzehnten sind fast drei Viertel der Sprechrollen in den Unterhaltungsprogrammen für Kinder mit Männern besetzt und 83 % der Film- und Fernsehsprecher sind männlich. Negative Geschlechterstereotype sind gerade in Familienfilmen immer noch sehr präsent und ein großes Manko in der aktuellen Unterhaltungslandschaft. Kinder sind äußerst empfänglich für Darstellungen, in denen die Botschaft vermittelt wird, dass Mädchen weniger wertvoll sind als Jungen.

Geena Davis im Gespräch

Wie kamen Sie dazu, sich für eine Veränderung in der Darstellung von Frauen und Geschlechterstereotypen in den Kindermedien stark zu machen?

Davis: Den größten Teil meines Erwachsenenlebens habe ich mich für Frauen und Mädchen eingesetzt. Als ich dann mit meiner eigenen Tochter Kindersendungen sah, fiel mir auf einmal auf, dass es viel weniger weibliche als männliche Charaktere gab. Ich begann, mich mit Kindersendungen auseinanderzusetzen, und sprach mit Freunden über das Ungleichgewicht. Irgendwie schien das aber niemand bemerkt zu haben – selbst Freunde mit Töchtern nicht. Auf die Frage »Hast du bemerkt, dass der aktuelle Film nur eine weibliche Rolle hat?«, antworteten sie, »Nein, das ist mir nicht aufgefallen!«. Daran wollte ich unbedingt etwas ändern. Ich gründete das »Geena Davis Institute on Gender in Media« und gab das größte Forschungsprojekt, das jemals zum Thema »Geschlechter in Film und Fernsehen« realisiert wurde, in Auftrag. Durchgeführt wurde es von Dr. Stacy Smith von der USC Annenberg School for Communication & Journalism. Die Studie bestätigte die Ungleichheit, die ich beobachtet hatte.

Was sind die eindrucksvollsten Ergebnisse Ihrer Studie?

Davis: Wir fanden heraus, dass das Verhältnis Männer zu Frauen in Fami-

lienfilmen 2,53 zu 1 ist. In Gruppenszenen finden sich gar nur 17 % weibliche Charaktere. Gleichzeitig machen Frauen jedoch 51 % der Bevölkerung der USA aus. Besonders bestürzend ist die Tatsache, dass wir dasselbe Verhältnis bereits im Jahr 1946 hatten.
Von 2006 bis 2009 wurde in keinem einzigen Familienfilm ohne Altersbeschränkung eine Frau in verantwortlicher Position in der medizinischen Forschung oder als Führungskraft in der Wirtschaft, im Rechtswesen oder in der Politik dargestellt. In den Filmen sind 80,5 % aller Charaktere, die einer Arbeit nachgehen, männlich und nur 19,5 % weiblich. Dieses Verhältnis steht im klaren Gegensatz zur Realität, in der Frauen weltweit statistisch 47 % der Berufstätigen ausmachen.

Sie haben sich auch die Darstellung von weiblichen Körpern genauer angesehen?
Davis: Ja, haben wir. Hier haben wir feststellen müssen, dass auch in Familienfilmen weibliche Charaktere hauptsächlich als »eye candy« dienen. Weibliche Charaktere werden, wenn sie denn überhaupt eine Sprechrolle erhalten, tendenziell hypersexualisiert dargestellt. Sie zeigen viel mehr Haut als ihre männlichen Gegenstücke, haben extrem dünne Taillen und andere übertriebene Körperformen. Diese Hypersexualisierung und das Zum-Objekt-Machen weiblicher Figuren führt schon bei jungen Kindern zu völlig unrealistischen Körperidealen. Das verfestigt und verstärkt negative Körperbilder und -wahrnehmungen in den wichtigsten Entwicklungsjahren. Untersuchungen belegen, dass der »Lookism« Kinoinhalte immer noch ganz maßgeblich beeinflusst.

Was sind die Konsequenzen, wenn Frauen in den Medien erst gar nicht vorhanden sind oder stereotyp dargestellt werden?
Davis: Unsere Kinder beschäftigen sich über 7 Stunden am Tag mit Medien. Sie lernen, die Stereotype, die ihnen präsentiert werden, zu akzeptieren. Was sie sehen, hat Bedeutung für ihre Vorstellung davon, was es heißt, ein Mann oder eine Frau in unserer Gesellschaft zu sein. Sehen sie dieselben Stereotype immer und immer wieder, können sie irgendwann vielleicht nicht mehr erkennen, dass diese einseitige Darstellung nicht der Realität entspricht. Sie könnten wirklich glauben, dass kein Bedarf besteht, Geschlechtergleichheit einzufordern oder in der Industrie und Wirtschaft etwas im Sinne der Gleichstellung zu verändern. Die Kinder von heute werden unsere zukünftigen Wirtschaftsführungskräfte, Filmemacher und Eltern – und diejenigen, die die Verantwortung für die nachfolgenden Generationen tragen. Haben sich Kinder erst einmal an die immer wieder von Neuem erzählten negativen Stereotype gewöhnt, werden sich diese tief verwurzeln und unauslöschlich ins Gedächtnis einprägen.

Was sind Ihre Ziele?
Davis: Unser Ziel ist es, die Botschaft, die Kindern von Anfang an vermittelt wird, radikal zu verändern. Die Ergebnisse unserer Forschung verbreiten wir über unsere Workshops, Seminare und wissenschaftlichen Inhaltsevaluationen und -empfehlungen, die wir für und mit Firmenchefs, Entscheidungsträgern, Medienmachern und Bildungsinstitutionen abhalten.
Das weiter reichende Ziel des Instituts und seiner Förderer ist, die nächste Generation derjenigen, die Medieninhalte für Kinder gestalten, zu inspirieren, für Geschlechtergleichheit zu sensibilisieren und anzuhalten, Stereotype zu vermeiden.
Wenn Kinder in den Medien von Anfang an ausbalanciertere Welten sehen, dann erwarten sie dies auch von der realen Welt. Dabei geht es nicht nur um die Quantität, sondern auch die Qualität der weiblichen Charaktere in Kindersendungen. Es gibt so wenig Frauenrollen, die verantwortungsvolle Positionen darstellen wie z. B. wichtige Politikerinnen, Wirtschaftsbosse oder

Abb. 1: Mädchen und Frauen machen die Hälfte der Weltbevölkerung aus

Abb. 2: Im Kinderfernsehen sind nur 28,3 % der Charaktere weiblich

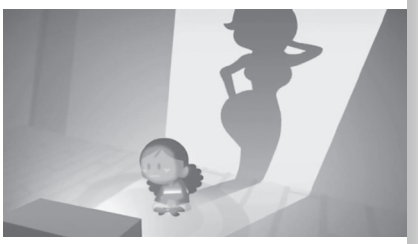

Abb. 3: Mädchen und Frauen sind auch im Kinderfernsehen vor allem eins: »eye candy«

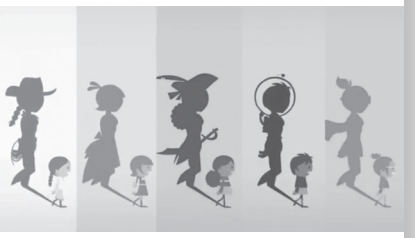

Abb. 4: Ziel ist es, mehr Frauen- und Mädchencharaktere in vielfältigen Rollen darzustellen

Abb. 5: Nach dem Leitgedanken: »If she can see it, she can be it.«

Screenshots von *Seejane.org* © Geena Davis Institute on Gender in Media

© picture alliance/KPA

© picture alliance/United Archives/IFTN

© picture alliance/United Archives/IFTN

Abb. 6-9: Geena Davis spielte in zahlreichen Filmen und Serien mit, in denen sie starke Frauencharaktere darstellte. Dazu zählen u. a. *Thelma & Louise*, *Eine Klasse für sich* und *Die Piratenbraut*

Kanzleipartnerinnen. Deswegen ist unser Leitgedanke: »If girls can see it, they can be it.« Wir wissen, wir können jetzt die Grundlagen schaffen und den Prozess in Gang bringen, und das finde ich großartig. Und wir können uns sicher sein, dass wir gehört werden. Die Ergebnisse von Umfragen mit Verantwortlichen in der Unterhaltungsindustrie, denen ich unsere Ergebnisse präsentiert habe, geben uns recht. Auf die Frage »Wird das hier Erfahrene Einfluss auf Ihre Wahrnehmung und Ihren Umgang mit Geschlechtergleichheit und Stereotypen haben?« antworteten über 90 % der Befragten mit »Ja«. Auf die Frage »Wie viele Projekte haben Sie aufgrund unserer Forschungsergebnisse verändert?« gaben 68 % der Befragten 2 oder mehr Projekte an, 41 % bestätigten, es hätte sogar 4 oder mehr Projekte beeinflusst.

Wie versuchen Sie, bei den Kindern ein Bewusstsein im Hinblick auf Geschlechterstereotype zu schaffen?

Davis: In Zusammenarbeit mit ITVS[1] und der Corporation for Public Broadcasting und im Zuge deren Kampagne »Women and Girls Lead« haben wir das Bildungsprojekt »Guess Who?« für Kinder ins Leben gerufen. Das Projekt besteht aus einer Reihe von Videos und lehrplanrelevanten Inhalten, die Kinder anregen sollen, Geschlechterstereotype zu hinterfragen. Die Kinder werden z. B. gebeten zu beschreiben, wie Personen, die die Berufe »Pilot«, »Mathematiker« oder »Bäcker«[2] ausüben, aussehen könnten. Die meisten Kinder haben Bilder von Männern in ihren Köpfen und beschreiben das Aussehen »der Männer«.

KINDER ANREGEN, GESCHLECHTERSTEREOTYPE ZU HINTERFRAGEN

Erst später wird ihnen gesagt, dass »unser« Mathematiker, »unser« Pilot usw. eine Frau ist. Die Reaktionen der Kinder reichen von Erstaunen über Verwirrung bis hin zu einem sichtlichen Nachdenken. Wir hoffen, dass die Videos Lernprozesse ermöglichen und die Kinder unterstützen, auch in Zukunft Geschlechterstereotype infrage zu stellen!

ANMERKUNGEN

[1] *The Independent Television Service (USA)*

[2] *Im Englischen sind die Berufsbezeichnungen »pilot«, »mathematician« und »baker« im Gegensatz zum Deutschen grammatikalisch geschlechtsneutral.*

** Oscar- und Golden-Globe-Preisträgerin Geena Davis ist eine der angesehensten Schauspielerinnen in Hollywood und hat in zahlreichen Filmen mitgewirkt, die mittlerweile als Klassiker gelten. Sie ist Gründerin des gemeinnützigen »Geena Davis Institute on Gender in Media«, das sich für mehr Frauencharaktere und nicht stereotype Frauendarstellungen in Film und Fernsehen für Kinder unter 11 Jahren einsetzt. Geena Davis wurde kürzlich zur Sonderbotschafterin für Frauen und Mädchen der International Telecommunication Union (ITU) der UN ernannt. Davis ist offizielle Partnerin der UN Women und unterstützt ihr gemeinsames Ziel, Geschlechtergerechtigkeit zu fördern und Frauen weltweit zu stärken.*