

Erfinden Männer anderes Kinderfernsehen als Frauen?

Maya Götz

Eine Sekundäranalyse der Daten der Studie »Children’s Television Worldwide 2: Gender Representation« untersuchte am Beispiel des Creators einer Sendung, ob Männer andere Geschichten erfinden als Frauen.

Was haben *Pu, der Bär, Die Muppet Show, Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer, Der kleine Prinz, Peter Pan* und *Wickie und die starken Männer* gemeinsam? Sie wurden von Männern erfunden und in der Handlung stehen Jungen bzw. jungenhafte Tiere im Mittelpunkt. Mädchen und Frauen kommen vor, haben allerdings meist eine erzählerische Unterstützungsfunktion. Der kleine Prinz braucht jemanden, dem er seine Abenteuer erzählen kann, Peter Pan braucht jemanden, dem er seine Fantasiewelt zeigen und den er retten kann, und Wickie braucht jemanden, der zu Hause auf ihn wartet etc.

Hier haben Männer Geschichten für Kinder erfunden, in die ihre Wünsche und Hoffnungen und damit auch ihre eigene Sozialisation als Männer tief eingeschrieben sind. Prototypisch für eine solche Erzählung sind die Schlümpfe. Der Schlumpf an sich ist männlich. Er lebt in einer Welt von hundert kleinen blauen Männchen, in der jeder glücklich seine Begabung im Beruf auslebt. In der ersten Folge der Zeichentrickserie¹ erschafft der böse Zauberer Gargamel, weil er die Fröhlichkeit der Schlümpfe nicht erträgt, das ultimative Mittel, um die Zufriedenheit der wie im Paradies lebenden Schlümpfe empfindlich zu stören: Er zaubert einen weiblichen Schlumpf aus einem blauen Lehmklumpen. Das

Ergebnis ist eine Schlumpfine, ein dunkelhaariges Schlupfmädchen, das flirtend, hinterlistig, hilfsbedürftig und sehr emotional ist. Beinahe wäre es Schlumpfine gelungen, die Schlümpfe gegeneinander aufzubringen, doch dann muss sie, überwältigt von Schuldgefühlen, Gargamels hinterhältigen Plan gestehen. Papa Schlumpf erkennt das Potenzial unter dem hässlichen Äußeren und zaubert aus dem hinterhältigen, dunkelhaarigen Schlupfmädchen eine »richtige« Frau: blond, sexy und mit High Heels. Die anderen Schlümpfe werden beim Anblick der neuen Schlumpfine mit vor Begierde hervorquellenden Augen und lechzenden Zungen gezeichnet. Damit wird verdeutlicht, wie begeistert sie von dem Weibchen sind. Gargamel muss sich daraufhin tief verärgert mit seinem Kater in seine verfallene Burg zurückziehen und Schlumpfine wohnt von nun an im Schlumpfdorf.

Viele Geschichten für Kinder spielen in einer von Männern erdachten Welt, im Fall der Schlümpfe in der des belgischen Zeichners und Autors Peyo (Pierre Culliford). Er erfand eine Welt, in der nicht nur eine eklatante Unterrepräsentanz von weiblichen Figuren besteht, sondern in der die Geschichte einen tief eingeschriebenen männlichen Blick hat.² Die Frau (Schlumpfine) – vom Mann (Gargamel) erschaffen – will die Männer (Schlümpfe) verführen (Stereotyp des Vamps). Doch sie ist nicht stark genug (zu emotional), weswegen Männer (Schlümpfe) ihr helfen müssen und ein besonders guter Mann (Papa Schlumpf)

sie in eine »richtige« Frau (blond, sexy, mit kurzem Kleidchen und hochhackigen Schuhen) verwandelt – zum Vergnügen aller Männer (Schlümpfe). Dies ist eine Sichtweise auf Frauen, die Simone de Beauvoir 1949 pointiert als das eingeschriebene »andere Geschlecht« bezeichnet. Männer, die die Macht haben, das symbolische Material einer Kultur zu definieren, setzen sich selbst als das Essenzielle und weisen Frauen die Rolle des anderen, des Objekts zu, welches nur in Abhängigkeit vom Mann denkbar ist (De Beauvoir, 1949/1968).

Laura Mulvey (1975) spricht in diesem Zusammenhang und bezogen auf Filme vom »dreifachen männlichen Blick«: Ins Drehbuch, in die Kameraführung und die Regie ist der Blick des Mannes auf die Frau eingeschrieben. Bei der Einführung der Figur Schlumpfine ins Schlumpf-

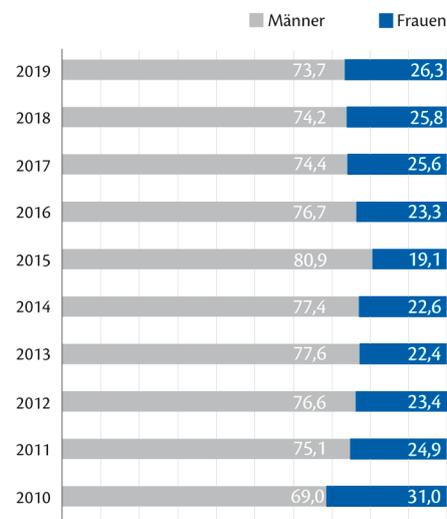


Abb. 1: Wer schreibt Kinderfernsehen? Headautor*innen 2010-2019³

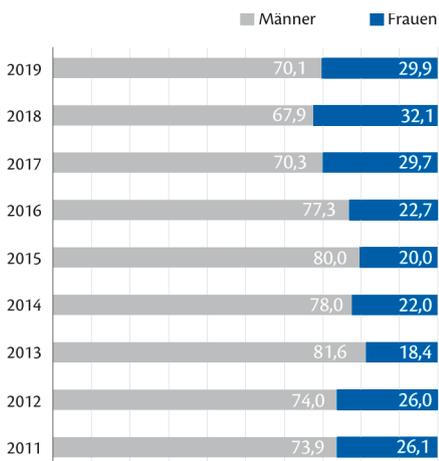


Abb. 2: Wer produziert Kinderfernsehen? Produzent*innen 2011-2019⁴

Universum ist der männliche Blick fast nicht zu übersehen und damit sind die Schlümpfe nicht allein. Elizabeth Prommer und Skadi Loist nennen die Film- und Fernsehproduktion eine »Branchenkultur mit Gender Bias« (Prommer & Loist, 2019). Quantitativ ist die zahlenmäßige Dominanz von Männern im Kinderfernsehmarkt gut nachweisbar. Die Analyse des Katalogs der MIPJunior, der weltweit größten Fachmesse für Kinder- und Jugendprogramme, zeigt, dass gut 7 von 10 Sendungen von Männern als Headautoren geschrieben (Abb. 1) und von Männern produziert sind (Abb. 2). In der Regie sind es sogar 9 von 10 Formaten, die von einem Mann umgesetzt werden (Abb. 3). Doch erfinden Männer wirklich andere Geschichten als Frauen? Lässt sich über die Analyse von Einzelsendungen hinaus ein quantitativer signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen in der Rolle des »Creators« nachweisen? Hier setzte eine Sekundäranalyse des Datensatzes »Children’s Television Worldwide 2: Gender Representation«⁶ (Götz et al., 2018) des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) an und untersuchte am Beispiel des Erfinders (Creators) einer Sendung, ob sich signifikante Unterschiede im Inhalt zeigen.

DIE STUDIE

In der Studie wurden insgesamt n=12.177 Programme in 10 Ländern⁷ aufgezeichnet und inhaltsanalytisch untersucht. Codiert wurden in 25 Analysekatogorien u. a. die zentralen Haupt- und Hauptnebenfiguren, ihre Wesensart (Mensch, Tier, magisches Wesen etc.), ihr Geschlecht, ihre Hauptressource zur Problemlösung sowie welches Geschlecht diejenigen hatten, die den Stoff der Sendung erfunden haben (Creator). Das Analysematerial zum deutschen Kinderfernsehen bestand aus 512 Sendungen des Programms der Kindersender KiKA, Super RTL, Disney Channel und Nickelodeon.⁸

Der Großteil des deutschen Kinderfernsehens ist fiktional (85 %), und dieses fiktionalen Fernsehen besteht vor allem aus Animation, d. h. Zeichentrickangeboten (83 %). Die kommerziellen Anbieter senden zu über 90 % fiktionale Angebote, der öffentlich-rechtliche Sender KiKA bietet neben 64 % fiktionalen Sendungen auch 19 % non-fiktionale sowie 17 % gemischte Formate an.

Wie sieht das Kinderfernsehen in Deutschland aus?

Wird das Herstellungsland analysiert, wird klar: Kinderfernsehen in Deutschland ist vor allem eingekauftes Programm. Von den gesendeten Kindersendungen wurden insgesamt nur 7 % ausschließlich in Deutschland produziert. Den größten Anteil machen Kaufproduktionen (80 %) sowie internationale Koproduktionen (14 %)⁹, an denen Deutschland beteiligt ist, aus. Der Anteil an Kaufproduktionen liegt bei Nickelodeon und Super RTL bei über 94 %, der KiKA sendet zu 48 % eingekaufte Sendungen,

hat aber auch 17 % in Deutschland produzierte Sendungen sowie 35 % internationale Koproduktionen. Die analysierten 1.517 fiktionalen Hauptfiguren bzw. zentralen Nebenfiguren des deutschen Kinderfernsehens sind insgesamt doppelt so häufig männlich (65,4 %) wie weiblich (33,4 %).¹⁰ Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit auf dem vorletzten Platz.

72 % der fiktionalen Sendungen werden von Männern bzw. reinen Männer-Teams entwickelt

Wer kreiert die Geschichten fürs Kinderfernsehen?

Typischerweise hat fiktionales Kinderfernsehen ein*en Creator*in, die bzw. der die Grundidee hatte, welche nicht selten auf einer Buch- oder Comicvorlage basiert.

In Deutschland wurden 72 % der fiktionalen Sendungen von Männern bzw. reinen Männer-Teams entwickelt, 14 % von Frauen bzw. Frauen-Teams, der Rest (14 %) von gemischten Teams. Damit liegt Deutschland im Mittelfeld des internationalen Vergleichs, allerdings

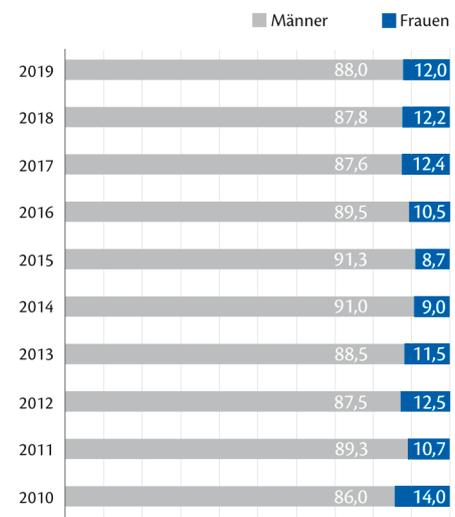


Abb. 3: Wer führt Regie im Kinderfernsehen? Regisseur*innen 2010-2019⁵

ist das Vereinigte Königreich mit 24 % Frauen bzw. reinen Frauen-Teams, 56 % Männern bzw. reinen Männer-Teams und 20 % gemischten Teams insgesamt deutlich weiter in der Gleichstellung (Abb. 4).

Wer steht im Mittelpunkt der Handlung?

Wurde bei in Deutschland ausgestrahltem Kinderfernsehen die Sendung von einem Mann erfunden, sind 2 von 3 Haupt- bzw. Hauptnebenfiguren männlich. 29,3 % der zentralen Figuren, die sie sich erdacht haben, sind weiblich. Erfinden Frauen Stoffe für Kinder, sind unter den Haupt- und Hauptnebenfiguren 55,8 % weiblich.

In der Hälfte aller Sendungen, die von Frauen imaginiert sind (50 %), spielen Mädchen- oder Frauenfiguren die zentrale Hauptrolle. In den Sendungen, die von Männern erdacht wurden, sind nicht einmal ein Viertel der eindeutig als Hauptfiguren konzipierten Charaktere (23,5 %) weiblich.

Diese Tendenz lässt sich international ebenso signifikant nachweisen. Sind die Geschichten von Frauen erfunden, so haben 47,9 % weibliche Charaktere und damit ein nahezu ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Sind die Sendungen von Männern erdacht, gibt es fast doppelt so viele männliche Hauptfiguren wie weibliche (65,4 % gegenüber 32,8 %). Gemischte Teams schufen 39 % weibliche und 59 % männliche fiktive Figuren. Frauen stellen bei ihren Geschichten und Figurenuniversen also deutlich häufiger weibliche Figuren in den Mittelpunkt der Geschichte. Dabei erzählen sie die Geschichten aber nicht – wie Männer es tun – mehr als doppelt so häufig im eigenen Geschlecht, sondern sind dichter an der real existierenden Geschlechterverteilung der Gesellschaft.

Menschen oder Fantasiewesen

Erfinden Männer Fernsehgeschichten für Kinder, so erzählen sie sie in 6 von 10 Geschichten (61,8 %) mit menschlichen Figuren, ansonsten stehen Tiere, Pflanzen oder Objekte (8,8 %), wie beispielsweise Bernd das Brot, im Mittelpunkt der Handlung. Die Figuren, die von Frauen erdacht werden, sind häufiger Menschen (73,3 %) und keine der von Frauen kreierten Sendungen dieser Stichprobe stellt eine lebende Pflanze oder ein Objekt in den Mittelpunkt der Erzählung. Diese Tendenz findet sich international ähnlich, jedoch auf deutlich niedrigerem Niveau (Frauen 55,7 %, Männer 52,7 %).

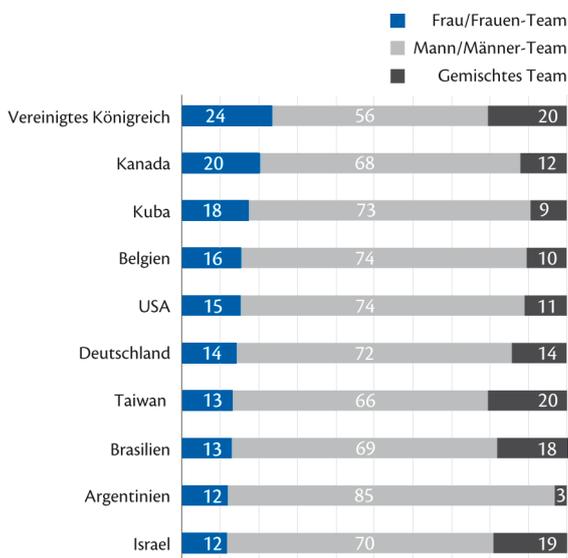


Abb. 4: Wer erdenkt sich die Geschichten im Kinderfernsehen?

Natio-ethno-kulturelle Diversität

Bei den menschlichen Figuren, die von Männern erfunden wurden, sind nur ein kleiner Teil People of Colour (PoC) (4,2 %). Anders bei den von Frauen erdachten Figuren, bei denen z. B. 19 % der Figuren einen natio-ethno-kulturellen Hintergrund haben, der sich als Schwarz¹¹ identifizieren lässt. Diese Tendenz findet sich auch im internationalen Vergleich. Die Hauptfiguren, die sich Frauen erdenken, waren seltener weiß¹² als die von Männern (61 % gegenüber 71 %), und Frauen erzählten mehr Geschichten mit zentra-

len Schwarzen Charakteren als Männer oder reine Männer-Teams. Während in der gesamten Stichprobe 9 % Schwarze Menschen gefunden werden konnten, spielen sie in den von Frauen erdachten Sendungen in 15 % der Sendungen eine Hauptrolle, bei den von Männern erfundenen sind es nur 7 %.

Problemlösestrategie

Geht es um die Hauptstrategie zur Problemlösung der Figuren, so lösen Figuren die Herausforderungen, die sich ihnen im Rahmen der Geschichte stellen, am häufigsten mit Gesprächen oder Organisation (24,3 %), aber es gibt auch einige, die Technik (oder MINT-Kenntnisse) (8,8 %), Magie (6,7 %) oder physische Kraft nutzen, sprich kämpfen (6,4 %).

Die von Männern erfundenen Figuren nutzen häufiger physische Kraft zur Problemlösung (8,7 %), was keine der von Frauen erdachten Sendungen so erzählt. Neben physischer Kraft sind es Technik oder naturwissenschaftliche Kenntnisse (7,6 %), die bei den von Männern erfundenen Figuren als zentrale Problemlösesourcen eingesetzt werden, in einigen Fällen auch Magie (5,7 %).

Die von Frauen erfundenen Figuren dagegen lösen ihre Probleme deutlich häufiger mit Magie (22,1 % gegenüber 5,7 %). Dabei sind es vor allem die weiblichen Figuren, die zaubern. Ein Drittel (33,3 %) aller von Frauen erfundenen weiblichen Figuren nutzt Magie, während die von Frauen erfundenen männlichen Figuren diese Gabe deutlich seltener haben (8,8 %). Kampf und physische Kraft kommen in den von Frauen erdachten Formaten dieser Stichprobe nicht vor. Diese Tendenz findet sich auch im internationalen Vergleich wieder. Frauen erzählen im Kinderfernsehen häufiger die Problemlösestrategie »Magie« (24 % gegenüber 12 %) und seltener

»physische Kraft« (6 % gegenüber 16 %) und »MINT-Fähigkeiten« (9 % gegenüber 19 %).

FAZIT

Männer und Männer-Teams erfinden für Kinder andere Geschichten als Frauen und Frauen-Teams. Männer erfinden eher Fantasiewelten, in denen männliche Geschöpfe im Mittelpunkt stehen, oft unterstützt von einer weiteren männlichen (z. B. in der Rolle des Stupid Sidekick) sowie weiblichen Figur (oft für Emotionen und Probleme zuständig). Dabei wird neben der Konfliktlösung durch Kommunikation physische Kraft deutlich häufiger als Problemlösestrategie erdacht, als dies bei von Frauen kreierten Kinderstoffen der Fall ist.

Frauen setzen hingegen häufiger auf Magie als zentrale Kraft ihrer Protagonist*innen. Zudem erfinden Frauen geschlechtergerechtere Geschichten, bei denen die weiblichen Figuren in aktiveren Rollen gedacht sind und in denen eine größere nation-ethno-kulturelle Diversität repräsentiert wird.

Fazit: Wird auf Stoffe zurückgegriffen, die von Frauen erfunden wurden, oder werden Frauen mit der Entwicklung eines Stoffes beauftragt, verändert sich etwas in Richtung Geschlechtergerechtigkeit und real existierender Diversität.

ANMERKUNGEN

- ¹ Deutsche Erstaussstrahlung von Die Schlumpfine: Freitag, 22.4.1983, ZDF.
- ² Dies verändert sich erst im dritten Kinofilm der Schlumpfe, bei dem 2 Frauen das Drehbuch schrieben und die Produktion in der Hand eines gemischten Teams lag. In Die Schlumpfe 3 – Das verlorene Dorf gibt es ein Dorf mit ausschließlich weiblichen Schlumpfen, die sich als wehrhaft erweisen.
- ³ Alle eindeutig identifizierbaren Headautor*innen aus den MIPJunior-Katalogen: 2010: n=473, 2011: n=418, 2012: n=411, 2013: n=392, 2014: n=434, 2015: n=362, 2016: n=382, 2017: n=379, 2018: n=396, 2019: n=377
- ⁴ Alle eindeutig identifizierbaren Produzent*innen aus den MIPJunior-Katalogen: 2011: n=268, 2012: n=281, 2013: n=342, 2014: n=337, 2015: n=280, 2016: n=326, 2017: n=300, 2018: n=355, 2019: n=301
- ⁵ Alle eindeutig identifizierbaren Regisseur*innen aus den MIPJunior-Katalogen: 2010: n=473, 2011: n=516, 2012: n=567, 2013: n=732, 2014: 726, 2015: n=643, 2016: n=665, 2017: n=685, 2018: n=645, 2019: n=607
- ⁶ <https://childrens-tv-worldwide.com/> [22.2.21]
- ⁷ In den teilnehmenden Ländern Argentinien, Belgien, Brasilien, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Israel, Kanada, Kuba, USA und Taiwan wurden jeweils zwischen 150 und 300 Stunden des Programms der meistgesehenen Kindersender bzw. Kindersendungsflächen aufgezeichnet.
- ⁸ Es wurden 178 Stunden explizites Kinderfernsehen im Erhebungszeitraum 21.9.2017-24.9.2017 aufgezeichnet.
- ⁹ Abweichungen von 100 % rundungsbedingt.
- ¹⁰ Sowie 1,3 % neutrale Figuren wie Maus und Elefant oder Kikaninchen.
- ¹¹ »Schwarze Menschen ist eine Selbstbezeichnung und beschreibt eine von Rassismus betroffene gesellschaftliche Position. »Schwarz wird großgeschrieben, um zu verdeutlichen, dass es sich um ein konstruiertes Zuordnungsmuster handelt und keine reelle »Eigenschaft«, die auf die Farbe der Haut zurückzuführen ist. So bedeutet Schwarz-Sein in diesem Kontext nicht, einer tatsächlichen oder angenommenen »ethnischen Gruppe« zugeordnet zu werden, sondern ist auch mit der gemeinsamen Rassismuserfahrung verbunden, auf eine bestimmte Art und Weise wahrgenommen zu werden.« Quelle: Amnesty International Glossar für diskriminierungssensible Sprache. <https://www.amnesty.de/2017/3/1/glossar-fuer-diskriminierungssensible-sprache> [23.2.21]

¹² »Weiß« und »Weißsein« bezeichnen ebenso wie »Schwarzsein« keine biologische Eigenschaft und keine reelle Hautfarbe, sondern eine politische und soziale Konstruktion. Mit Weißsein [kursiviert] ist die dominante und privilegierte Position innerhalb des Machtverhältnisses Rassismus gemeint, die sonst zumeist unausgesprochen und unbenannt bleibt. Weißsein umfasst ein unbewusstes Selbst- und Identitätskonzept, das weiße Menschen in ihrer Selbstsicht und ihrem Verhalten prägt und sie an einen privilegierten Platz in der Gesellschaft verweist, was z. B. den Zugang zu Ressourcen betrifft.« Quelle: Amnesty International Glossar für diskriminierungssensible Sprache. <https://www.amnesty.de/2017/3/1/glossar-fuer-diskriminierungssensible-sprache> [23.2.21]

LITERATUR

- De Beauvoir, Simone (1968). Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau. Reinbek: Rowohlt.
- Götz, Maya, Hofmann, Ole, Mendel, Carolin et al. (2018). Whose story is being told? TeleviZion, 31(E), 61-65.
- Mulvey, Laura (1975). Visual pleasure and narrative cinema. Screen, 16(3), 6-18.
- Prommer, Elizabeth & Skadi Loist (2019). Filmindustrie: Branchenkultur mit Gender Bias. In Johanna Dorer et al. (Hrsg.), Handbuch Medien und Geschlecht (S. 1-14). Wiesbaden: Springer VS.

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.



IMPRESSUM

Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk
Rundfunkplatz 1, 80335 München
Telefon: 089/5900-42991, Fax: 089/5900-42379
Internet: <http://www.izi.de>; E-Mail: IZI@br.de

Redaktion: Dr. Maya Götz, Birgit Kinateder, Heike vom Orde
Übersetzungen: Birgit Kinateder

Satz: Text+Design Jutta Cram,
Spicherer Straße 26, 86157 Augsburg,
www.textplusdesign.de

Druck: Druckerei Joh. Walch GmbH & Co. KG,
Im Gries 6, 86179 Augsburg
ISSN (Print) 0943-4755
ISSN (Online) 2199-918X

»TeleviZion« erscheint zweimal jährlich in deutscher und einmal jährlich in englischer Sprache im Selbstverlag des IZI. Der Bezug ist kostenfrei. Bitte richten Sie Ihre Bestellung an die Redaktionsadresse. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Erlaubnis des Herausgebers.