

# Jenseits von Stereotypen?<sup>1</sup>

## AUSGEWÄHLTE FORSCHUNGSERGEBNISSE ZU GESCHLECHTERDARSTELLUNGEN IM KINDERFERNSEHEN

Dafna Lemish

**Die Autorin fasst den Forschungsstand zum Thema Geschlechterungleichheiten im Kinderfernsehen zusammen und geht explizit auf aktuelle Studien ein, die sich damit befassen, wie Heranwachsende mit Geschlechterstereotypen in den Medien umgehen.**

In den letzten 20 Jahren ist die Zahl an wissenschaftlichen Veröffentlichungen zur Frage, wie Gender im Kinderfernsehen dargestellt wird, angewachsen. Die meisten dieser Studien bestätigen die Existenz von Stereotypen. Dabei kommen Untersuchungen aus unterschiedlichen Ländern und zu verschiedenen Fernsehgenres zu einem jeweils ähnlichen Ergebnis: Über das Kinderfernsehen werden tief liegende strukturelle Geschlechterungleichheiten transportiert und verstärkt.

### GESCHLECHTERUNGLEICHHEIT UND -DARSTELLUNG IM KINDERFERNSEHEN

Mittlerweile liegen systematische und umfassende Literaturdokumentationen zu diesen Geschlechterungleichheiten im Kinderfernsehen vor (als aktuelle Überblicksdarstellungen siehe z. B. Baker & Raney, 2007; England, Descartes & Collier-Meek, 2011; Götz & Lemish, 2012; Hentges & Case, 2013; Lemish, 2010; Smith, Pieper, Granados & Choueiti, 2010; Velding, 2014). Sie alle weisen auf ähnliche Hauptbefunde hin: Erstens wurde in einer Reihe von Studien die zahlenmäßige Dominanz

männlicher Figuren nachgewiesen. Das Verhältnis ist dabei in der Regel: Auf 2 männliche kommt maximal eine weibliche Figur; eine noch stärker verzerrte Geschlechterrelation findet man im Bereich der animierten nicht menschlichen Figuren (Tiere, Objekte, »Aliens«). Aus Letzterem lässt sich schließen, dass gerade dort, wo die AnimatorInnen künstlerischen Freiraum haben, sie umso mehr zum Standardmuster männlicher Dominanz neigen, statt den Freiraum für eine Erweiterung der Geschlechterbilder zu nutzen (siehe auch Prommer et al. in dieser Ausgabe).

Zweitens: Die weiblichen Figuren in Kindermedien sind schon für Vorschulkinder hypersexualisiert. Hierzu gehören übertrieben große Brüste, Wespentailen, lange Beine, wallende Haare, lange Wimpern und rote Lippen (siehe auch Holler & Götz in dieser Ausgabe). Hinzu kommt, dass diese Figuren ihre Weiblichkeit durch körperbetonte, pink-/lila-/pastellfarbene Kleidung, »mädchenhafte« Accessoires und kokette Bewegungen und Posen »performen«. Sie präsentieren sich oft übermäßig emotional, von anderen abhängig und fixiert auf ihr Aussehen oder die Erfüllung romantischer Liebe, und sie befinden sich, was das Verhältnis zu anderen weiblichen Figuren angeht, häufig im »Zickenkrieg« um die Aufmerksamkeit der männlichen Objekte ihres Interesses. Sie haben weder Interesse an noch eine Eignung für MINT-Berufe, sondern investieren lieber in den Ausbau ihrer häuslichen Fähigkeiten und Interessen.

In vielen Narrativen werden sie von männlichen Figuren gerettet, ordnen sich deren Führung unter, dienen als bewundernde Statistinnen oder spielen fürsorgliche Rollen. Wenn Mädchenfiguren als stark und kompetent dargestellt werden, wird von ihnen zugleich Perfektion erwartet: Sie sollen schön, intelligent und erfolgreich sein, viel leisten und übernatürliche Kräfte oder zumindest ganz besondere Talente besitzen. Hier scheint kein Platz zu sein für Mädchen Vorbilder mit Unzulänglichkeiten, die scheitern dürfen oder denen es erlaubt ist, im Leben auch nur in mehr als einer Hinsicht durchschnittlich zu sein, ohne dass dies ihr Selbstwertgefühl bedroht. Die häufigste Ausnahme von dieser stereotypen Regel ist die Figur des rothaarigen Mädchens, das Geschlechternormen übertreten »darf« und damit als das »andere Andere« fungiert (siehe auch Lemish in dieser Ausgabe).

Auch die männlichen Figuren in Kindermedien folgen einem restriktiven Muster, in ihrem Fall einer Hypermaskulinität, die jedoch ein breiteres Spektrum von Ausdrucksmöglichkeiten bietet: zum Teil über Äußerlichkeiten wie muskulöse Oberkörper und Arme, zum Teil über die Beherrschung von Technologie, Naturwissenschaft und Waffen. Die männlichen Figuren erscheinen als rational, tapfer, aktiv, reich an Ressourcen und nehmen häufig Führungsrollen ein. Sie neigen dazu, Konflikte durch aggressiven Einsatz von Körperkraft zu lösen, und werden dafür oft mit der Bewunderung der anderen belohnt. Sie zeigen keine

Gefühle oder Verletzlichkeit, sondern Stärke und Entschlossenheit. Männliche Figuren, die aus diesen stereotypen Mustern ausbrechen, gehören zur Kategorie der »lustigen Loser« – es sind lockere, entspannte Typen, die sich nicht viel aus Leistung und Erfolg machen und es nicht nötig haben, sich Perfektionsansprüchen im Hinblick auf Aussehen, Verhalten oder Charakter zu unterwerfen (Götz, Neubauer & Winter, 2012).

Zusammengenommen wurden diese wesentlichen Unterschiede der Gender-Darstellung auf die Formel gebracht, dass männliche Figuren »tun« (d. h. ihr Schwerpunkt liegt auf dem Handeln), während weibliche Figuren »vorkommen« (d. h. sie fungieren hauptsächlich als passive Wesen, die von anderen angeschaut werden). In der Gesamtbetrachtung und auch bei Berücksichtigung des aktuelleren Angebots an Geschlechterdarstellungen von Medienfiguren lässt sich diese Formel wie folgt ergänzen: Mädchen dürfen handeln, solange sie schön und perfekt sind, und Jungen dürfen scheitern, solange sie dabei als »cool« wahrgenommen werden.

Drittens wird die Trennung zwischen der Mädchen- und der Jungenwelt im Kinderfernsehen durch filmische Produktionselemente wie Musik, Soundeffekte, Farbwahl, Schnitt und Kamerafilter unterstützt. Verstärkt wird diese Bipolarität durch die klare Geschlechtertrennung in der realen Welt: Spielsachen, Kleidung und Accessoires sowie Aktivitäten, die Mädchen und Jungen in vielen Geschäften, Kindertagesstätten, Schulen sowie von Geburt an bei ihren Familien zu Hause vorfinden, werden gezielt in mädchen-typisch und jungentypisch unterteilt. Sogar bei BabyTV, dem weltweit ersten Fernsehsender für Babys und Kleinkinder, lässt sich die eindeutige zahlenmäßige Dominanz männlicher Figuren und eine Stereotypisierung nach Geschlecht im traditionellen Sinne ausmachen (Elias, Sulkin & Lemish, 2017).

Baker, Kaysee & Raney, Arthur (2007). *Equally super?: Gender-role stereotyping of superheroes in children's animated programs*. *Mass Communication & Society*, 10(1), 25-41.

England, Dawn Elizabeth, Descartes, Lara & Collier-Meek, Melissa (2011). *Gender role portrayal and the Disney princesses*. *Sex Roles*, 64, 555-567.

Götz, Maya & Lemish, Dafna (Hrsg.) (2012). *Sexy girls, heroes and funny losers*. New York: Peter Lang.

Hentges, Beth & Case, Kim (2013). *Gender representations on Disney Channel, Cartoon Network, and Nickelodeon Broadcasts in the United States*. *Journal of Children and Media*, 7(3), 319-333.

Lemish, Dafna (2010). *Screening gender in children's TV*. New York und Abingdon: Routledge.

Smith, Stacy, Pieper, Katherine, Granados, Amy & Choueiti, Marc (2010). *Assessing gender-related portrayals in top-grossing G-rated films*. *Sex Roles*, 62(11-12), 774-786.

Velding, Victoria (2014). *Depicting femininity: conflicting messages in a »tween« magazine*. *Youth & Society*, 49(4), 505-527.

Götz, Maya, Neubauer, Gunter & Winter, Reinhard (2012). *Heroes, planners and funny losers*. In Maya Götz & Dafna Lemish (Hrsg.), *Sexy girls, heroes and funny losers*. (S. 107-130). München: Peter Lang.

Elias, Nelly, Sulkin, Idit & Lemish, Dafna (2017). *Gender segregation on BabyTV: Old-time stereotypes for the very young*. In Dafna Lemish & Maya Götz (Hrsg.), *Beyond the stereotypes?* Göteborg: Nordicom. (im Erscheinen)

### WIE GEHEN HERANWACHSENDE MIT GESCHLECHTERSTEREOTYPEN IN DEN MEDIEN UM?

Eine weitere Forschungsrichtung befasst sich näher mit den Aneignungsprozessen, wenn das Kind aktiv mit dem Fernsehangebot interagiert. Unstrittig ist, dass die Bedeutung von Geschlechterstereotypen nicht allein mit den Sendehalten verbunden ist, sondern durch die Interaktion des Kindes mit dem Gezeigten erzeugt wird. Bislang ist wenig darüber bekannt, wie Kinder Geschlechterstereotype mit Sinn verstehen und wie diese zur Konstruktion ihrer Geschlechtsidentität beitragen. Eine Ausnahme davon bilden die IZI-Studien zur Bedeutung von TV-Figuren im Alltag von Kindern (Götz, 2014). Bei diesen Fallstudien, in denen Mädchen und Jungen begleitet wurden, wurde aufgezeigt, wie die Kinder ihre Identitätsthemen und Alltagsbedürfnisse mit den Fernsehfiguren vor allem des-

selben Geschlechts aushandeln. Dieser Prozess führt zu einer Verstärkung binärer Stereotype, die jedoch bei der Bewältigung typischer Fallstricke der Identitätsaushandlung als Mädchen oder Junge keine Hilfestellung bieten. Aktuelle, in dem neuen Buch *Beyond the stereotypes? Boys, girls, and their images* zusammengetragene Studien zeigen an eindrucklichen Beispielen, wie Heranwachsende mit den Geschlechterstereotypen in den Medien umgehen (Lemish & Götz, 2017). Die Studien befassen sich mit geschlechterbezogenen Themen wie Schönheitsbildern, der Konstruktion der Geschlechtsidentität, geschlechterspezifischer Selbstdarstellung, Gesundheit, Bedeutungsherstellung, Produktionsnormen, romantischer Liebe, Stereotypen und Gegenstereotypen aus verschiedenen Ländern weltweit. Charmaraman et al. (2017) beispielsweise zeigen auf, dass Mädchen und sexuelle Minderheiten in den USA ihre eigene geschlechtliche und sexuelle Orientierung in ihren Lieblingsfernsehfiguren weniger als andere Zuschauergruppen wiederfinden und dass sie sich von Stereotypen über Frauen und Mädchen stärker persönlich betroffen fühlen. Van Oosten (2017) analysiert den wechselseitigen Zusammenhang zwischen dem Fernsehkonsum Jugendlicher und ihrer Akzeptanz von »Hypergender«-Orientierungen, d. h. von Hypermaskulinität und Hyperfemininität. In ihrer Längsschnittstudie mit über 1.007 niederländischen Jugendlichen im Alter von 13 bis 17 Jahren kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass Reality-TV-Dokusaps bei weiblichen und männlichen Jugendlichen gleichermaßen die Hypergender-Orientierung verstärken. Ein häufigerer Konsum von Romantic-Comedy-Filmen lässt bei Mädchen eine erhöhte Akzeptanz von hyperfemininen Geschlechterrollen erkennen, wohingegen ein häufigerer Konsum von Sitcoms mit einem geringeren Niveau der Hyperfemininität bei Mädchen einhergeht. Diese Verstärkung

der heterosexuellen Matrix und von Geschlechterstereotypen ist ebenfalls in sozialen Netzwerken anzutreffen, so das Ergebnis einer Studie bei brasilianischen Teenagern von Barbovschi et al. (2017). Eine Analyse der Nutzung von Selfies durch schwedische Jugendliche zur geschlechterspezifischen Selbstdarstellung in der Onlinekommunikation der Peergruppe zeigte den hohen Grad, in dem das von den Jugendlichen genutzte und ausgehandelte Genre der Selfies durch Geschlechterstereotype geprägt ist. Die überwiegende Tendenz ist dabei laut Forsman (2017) die Bestätigung einer dualistischen Trennung der Geschlechter, der Unterordnung von Frauen und einer heteronormativen Ordnung der Sexualität. Hierzu dienen typische Formen der Selbstdarstellung, die der Autor als »Duckface vs. Stoneface« bezeichnet. Zugleich werden Selfies im Sinne einer »Vitalisierung von Stereotypen« eingesetzt, wobei vorherrschende Geschlechternormen neu ausgehandelt und zum Gegenstand von Spaß und Spott gemacht werden.

Wie problematisch dagegen Formate wie *Germany's Next Topmodel (GNTM)* sein können, machen Götz und Mendel (2017) in einer Untersuchung zu Mädchen deutlich, die wegen Essstörungen behandelt werden. Die Reality-Sendung, so die Autorinnen, fördere unrealistische Körpernormen und eine Unzufriedenheit mit dem Körper, wenn die Mädchen begännen, jedes Detail ihres Körpers mit den Körpern der Kandidatinnen zu vergleichen. Sollten Mädchen zum Zeitpunkt einer Identitätskrise und mit entsprechenden psychologischen Dispositionen zu Fans der Sendung werden, fördere *GNTM* den Autorinnen zufolge das Bedürfnis, sich um des Erfolgs willen von den eigenen Wahrnehmungen, Gefühlen und Bedürfnissen abzukoppeln, und befördere somit auch Essstörungen. Die in dem Band versammelten Studien dokumentieren dabei zum einen die Kritikfähigkeit junger Menschen gegenüber einigen Aspekten der

Geschlechterdarstellungen, die sie konsumieren. Zum anderen wird dabei auch klar, dass Kritikfähigkeit nicht mit der Fähigkeit gleichzusetzen ist, sich solchen Darstellungen zu widersetzen oder sich von ihnen abzugrenzen. Neben den vielen Stereotypen finden sich im Kinderfernsehen zahlreiche markante Beispiele für Ausnahmen von den stereotypen Geschlechternormen. Sie sind Beispiele für Jungen und Mädchen, die von traditionellen Erwartungen abweichen und eine Vision gleichberechtigter Verhältnisse erkennen lassen. Viele dieser Beiträge sind im Laufe der letzten Jahre beim Kinderfernsehfestival PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL eingereicht worden und haben um die Sonderauszeichnung des »Gender-Equity-Prize« konkurriert. Mittlerweile existiert eine Vielzahl medial wirksamer Bilder von intelligenten und tapferen Mädchen und rücksichtsvollen und sensiblen Jungen (Lemish, 2010). Mehrere Beispiele hierfür werden auch in Lemish & Götz (2017) beschrieben. Beispielsweise demonstrieren die Textanalysen und die Rezeptionsforschung von Jennings (2017) zu Transgender-Figuren wie Cole in *The Fosters*, dass zwar Eltern mit dem Transgender-Phänomen Probleme haben können, dass dessen Thematisierung jedoch bei Jugendlichen zur Identitätskonstruktion beitragen und das Bewusstsein für Akzeptanz, Toleranz, Liebe und Diversität fördern kann. Eine Rezeptionsstudie von Beck et al. (2017) zur Figur PAL aus der Serie *Annedroids*, einem menschenähnlichen Androiden, den die junge Forscherin Anne so programmiert hat, dass er sein Geschlecht selbst wählen kann (siehe auch J.J. Johnson sowie Götz et al. in dieser Ausgabe), ergab, dass Kinder, die der Ansicht waren, PAL solle sich für ein Geschlecht entscheiden, auch in Bezug auf Geschlechternormen weniger Flexibilität bewiesen. Anders diejenigen, die mit der Nicht-Geschlechtlichkeit von PAL keine Schwierigkeiten hatten. Beispiele wie diese verdeutlichen, wie wertvoll es ist, Kindern gesunde

Alternativen zu den gängigen Stereotypen anzubieten, denen sie täglich ausgesetzt sind. Und auch wenn wir noch keinen Zustand jenseits der Geschlechterstereotypisierung erreicht haben, scheint doch am Horizont das auf, was möglich ist, wenn eine Branche den Stellenwert der Frühsozialisation im Bereich Geschlechtergerechtigkeit erkennt, den Mut zum Risiko aufbringt und in die gesunde Entwicklung der Identitäten von Kindern investiert. ■

Götz, Maya (2014). TV-Hero(in)es of boys and girls: Reception studies of favorite characters. *Frankfurt am Main: Peter Lang.*

Lemish, Dafna & Götz, Maya (Hrsg.) (2017). *Beyond the stereotypes? Boys, girls, and their images.* Göteborg: Nordicom. (im Erscheinen)

Charmaraman, Linda, Richer, Amanda, Ruffin, Brianna, Madsen, Katie & Budnampet, Ramanudom (2017). *Escaping from worries or facing reality.* In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

van Oosten, Johanna (2017). *Macho boys and sexy babes on TV.* In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

Barbovschi, Monica, Jereissati, Tatiana & Castello, Graziela (2017). *Representations of gender on social media among Brazilian young people.* In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

Forsman, Michael (2017). *Duckface/Stoneface: selfie-stereotypes and selfie-literacy in gendered media practices.* In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

Götz, Maya & Mendel, Caroline (2017). »Stop propagating it is »normal« to look like models«. In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

Jennings, Nancy (2017). *Teen drama and gender in the US.* In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

Beck, Sara, Hains, Rebecca & Russo Johnson, Colleen (2017). »PAL can just be themselves«. In Lemish & Götz (2017). (im Erscheinen)

ANMERKUNG

<sup>1</sup> Grundlage dieses Textes ist die Einleitung zu Lemish, Dafna & Götz, Maya (Hrsg.) (2017). *Beyond the stereotypes? Boys, girls, and their images.* Göteborg: Nordicom. (im Erscheinen)

DIE AUTORIN

Dafna Lemish (Ph.D.) ist Professorin und Associate Dean of Programs an der School of Communication and Information der Rutgers University of New Jersey, USA.

