

Diversity Fade-out

Wie audiovisuelle Medien gesellschaftliche Vielfalt ausblenden

CONTENT GIPFEL

2. Juni 2022

Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film & Fernsehen in Deutschland

Prof. Dr. Elizabeth Prommer & Dr. Christine Linke
Institut für Medienforschung
Universität Rostock



Fernsehen-Vollprogramme	Fernsehen Kinder	Kino
Repräsentative Stichprobe 2016	Repräsentative Stichprobe 2016	Vollerhebung 2011-2016
2 künstliche Wochen 17 Sender von 14-24 Uhr	2 künstliche Wochen 4 Sender von 6-20 Uhr	Alle dt. Filme und Filme mit dt. Beteiligung
2945 Einzelprogramme deutsche Produktionen bzw. dt. Beteiligung mit insgesamt 11.144 ProtagonistInnen und HauptakteurInnen.	2692 Einzelprogramme (alle Länder) mit 6205 ProtagonistInnen und HauptakteurInnen 87% fiktionale Programme.	883 Filme mit 1318 ProtagonistInnen 100 Filme in der Detailanalyse jeweils Arthaus und Mainstream Top 10.
Standardisierte Inhaltsanalyse	Standardisierte Inhaltsanalyse	Standardisierte Inhaltsanalyse

Definitionen

Fiktional – ProtagonistIn: jene Figur, die sichtbar im Zentrum der Handlung steht und handlungstreibende Funktion einnimmt

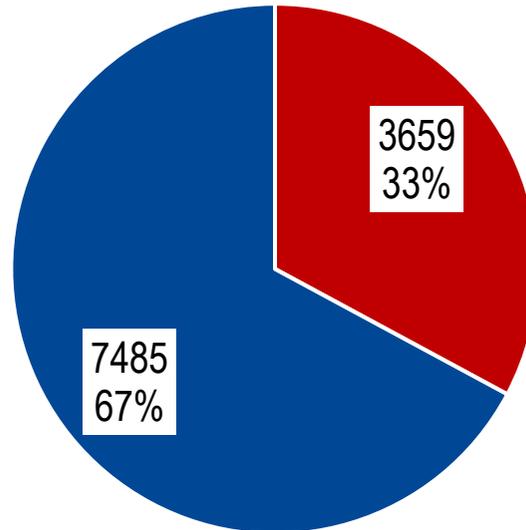
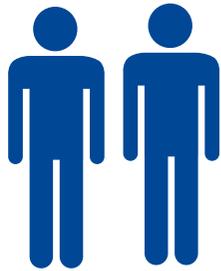
Information – HauptakteurIn: jene Person, deren Name genannt wird und die hörbar spricht und die zentral sichtbar ist

Nonfiktionale Unterhaltung/Reality - HauptakteurIn: jene Person, die (als Konstante) durch das Programm führt



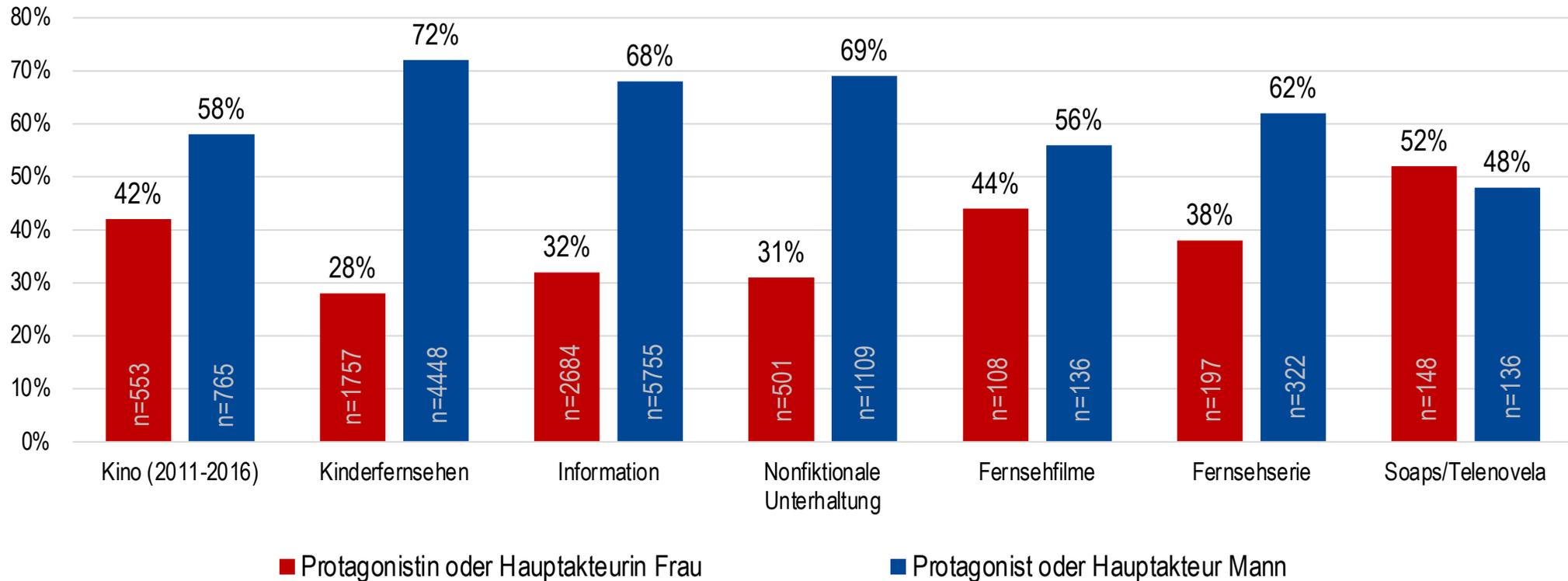
Wie präsent sind Frauen und Männer auf deutschen Bildschirmen?

TV Vollprogramm - Alle Sendungen Hauptakteur:innen und Protagonist:innen Geschlechterverteilung nur Dt./ dt. Beteiligung (n= 11144)



■ Frau ■ Mann

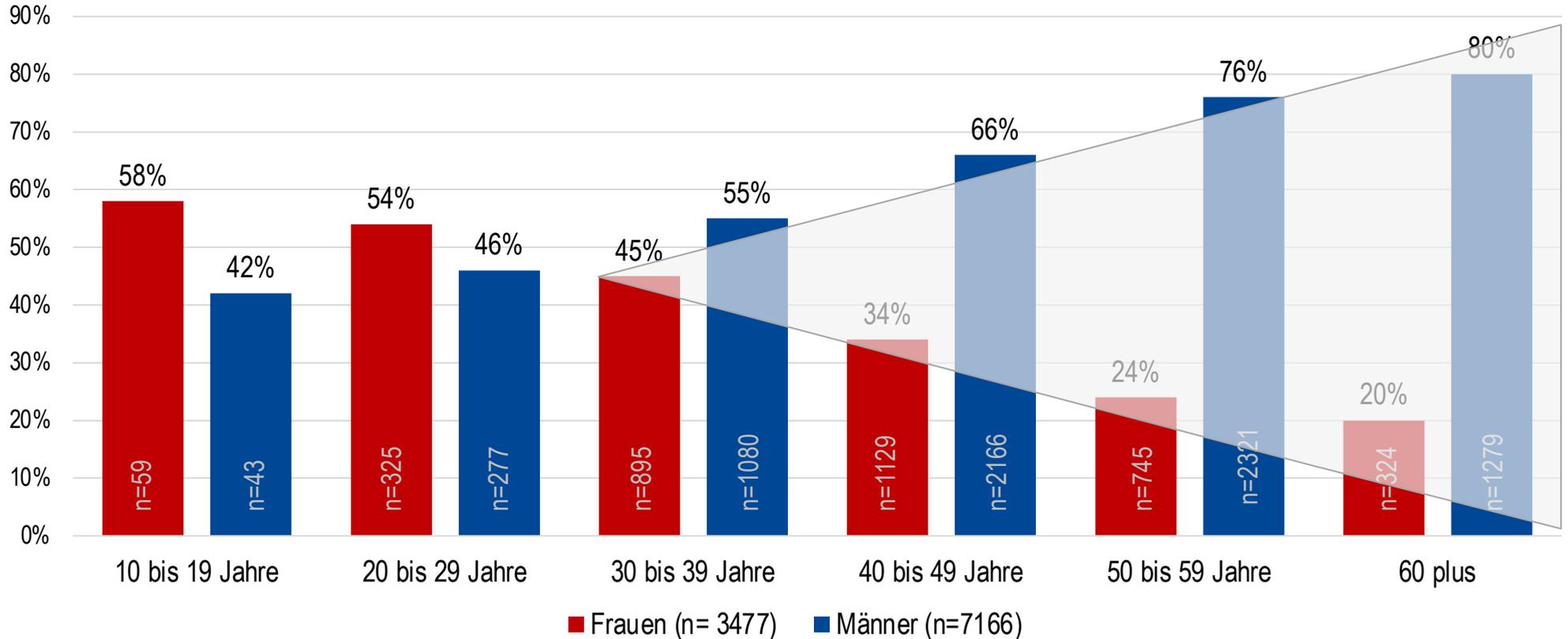
Geschlechterverteilung Hauptakteur:innen und Protagonist:innen Kino und Fernsehgenres (nur Dt./ dt. Beteiligung)



1. Frauen sind deutlich unterrepräsentiert.

- Frauen kommen in deutschen audiovisuellen Medien seltener vor.
Über alle Fernsehprogramme hinweg kommen auf eine Frau zwei Männer.
- **Es gibt eine Ausnahme!** Nur Telenovelas und Daily Soaps sind repräsentativ für die tatsächliche Geschlechterverteilung in Deutschland.
- Bei den Fernsehvollprogrammen kommt ein Drittel der Programme ganz ohne weibliche Protagonistinnen aus (im Vergleich nur 15% ohne männliche Protagonisten).
- Wenn Frauen gezeigt werden, kommen sie häufiger im Kontext von Beziehung und Partnerschaft vor.

TV Gesamt: Altersgruppen nach Geschlecht (nur Dt. Produktionen)



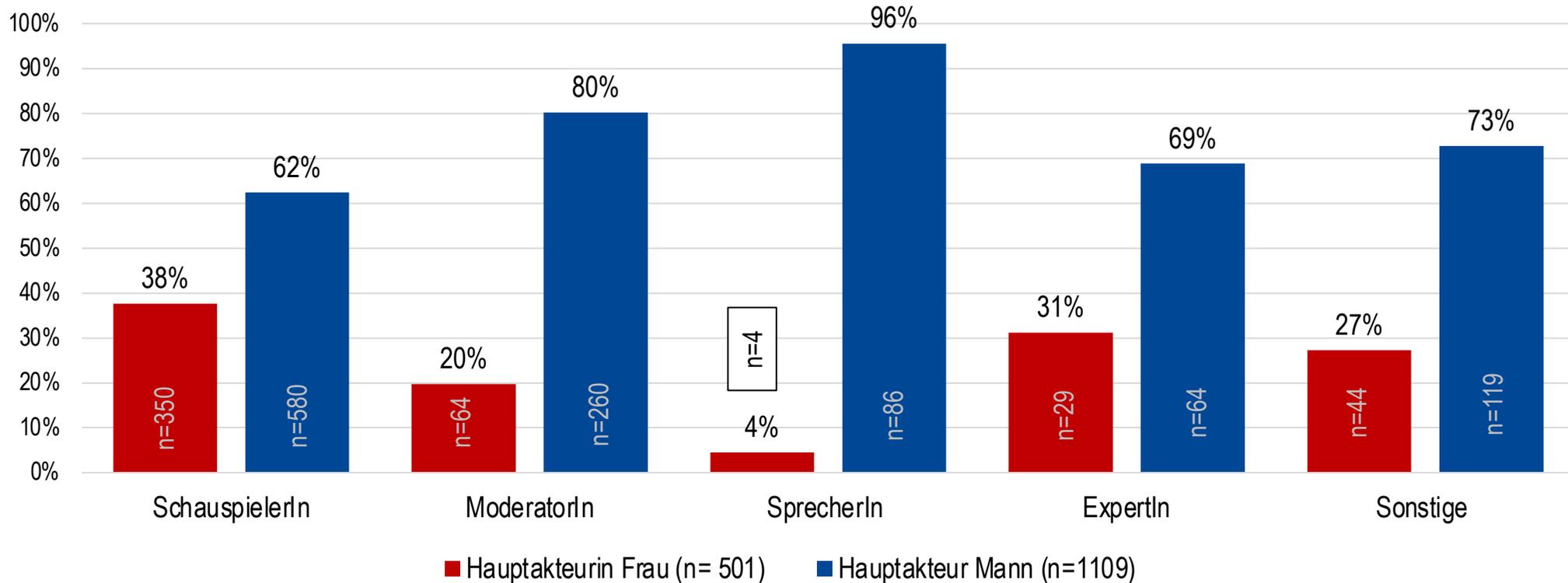
2. Altersgap: wenn Frauen vorkommen, dann als junge Frauen

- Bis zu einem Alter von Mitte 30 Jahren kommen Frauen und Männer in etwa gleich oft vor.
- Ab Mitte 30 verändert sich dies: hier kommen auf eine Frau zwei Männer.
- Ab 50 Jahren kommen auf eine Frau drei Männer.
- Dieser Schwund findet in allen Sendern über alle Formate und Genres statt.
- Dies gilt auch für den Kinofilm.



In welchen Funktionen sind Frauen und Männer sichtbar?

Nonfiktionale Unterhaltung Funktionen der Hauptakteur:innen nach Geschlecht nur Dt./ dt. Beteiligung (n= 1610)

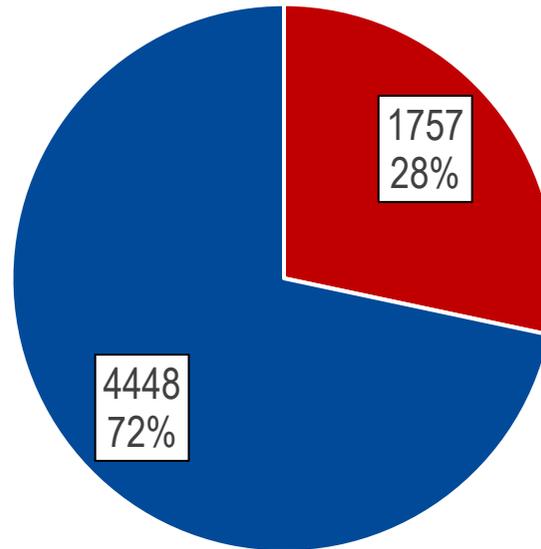
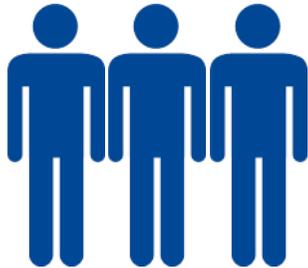


3. Männer erklären die Welt.

- Insgesamt ist in der TV-Information nur jede dritte HauptakteurIn weiblich.
- ModeratorInnen und JournalistInnen sind häufiger männlich (Besonders deutlich bei den Moderatoren nonfiktionaler Unterhaltung mit 80%).
- ExpertInnen sind überwiegend männlich (zu 79% in der TV-Information und zu 69% in den nonfiktionalen Unterhaltungsprogrammen).
- Männer überwiegen deutlich bei den SprecherInnen (72% in der TV-Information und 96% in der nonfiktionalen Unterhaltung).

Wie sieht es im Kinderfernsehen aus?

Gesamt alle Länder Kinderfernsehen: Hauptakteur:innen und Protagonist:innen nach Geschlecht für alle Genres (n=6205)

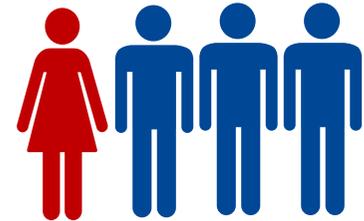


■ Protagonistin / Hauptakteurin Frau

■ Protagonist / Hauptakteur Mann

4. The Future is equal? Nicht, wenn es nach dem Kinderfernsehen geht.

- Ob Lizenzprogramm oder Eigenproduktion – die absolute Zahl der männlichen Figuren ist deutlich höher.

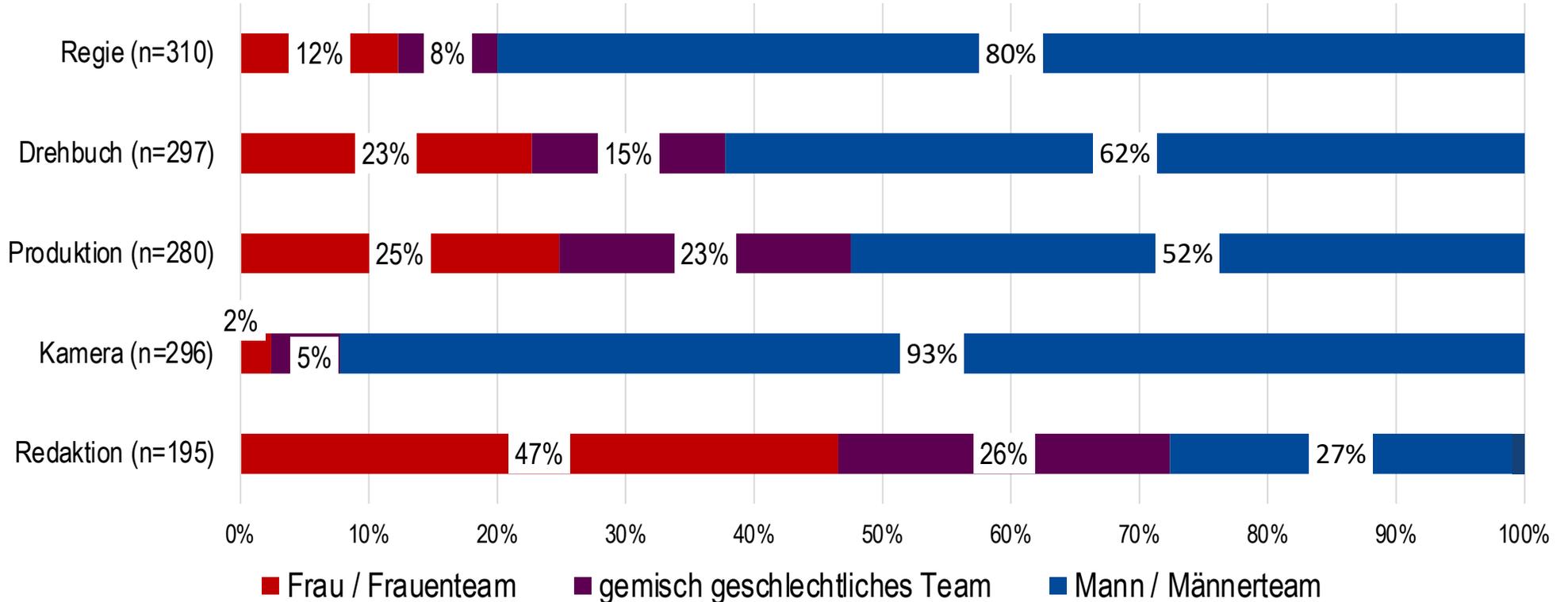


- Insgesamt gilt: **nur eine von vier Figuren ist weiblich.**
- **Auch hier erklären Männer die Welt:** außerhalb der fiktionalen Erzählungen für Kinder kommen Frauen deutlich seltener vor. Die Moderator:innen sind zu zwei Drittel männlich.
- Geht es um imaginäre Figuren und Fantasie, so ist dieser Möglichkeitsraum fast ausschließlich durch Jungen/Männer besetzt. Auf eine weibliche Tierfigur kommen neun männliche.



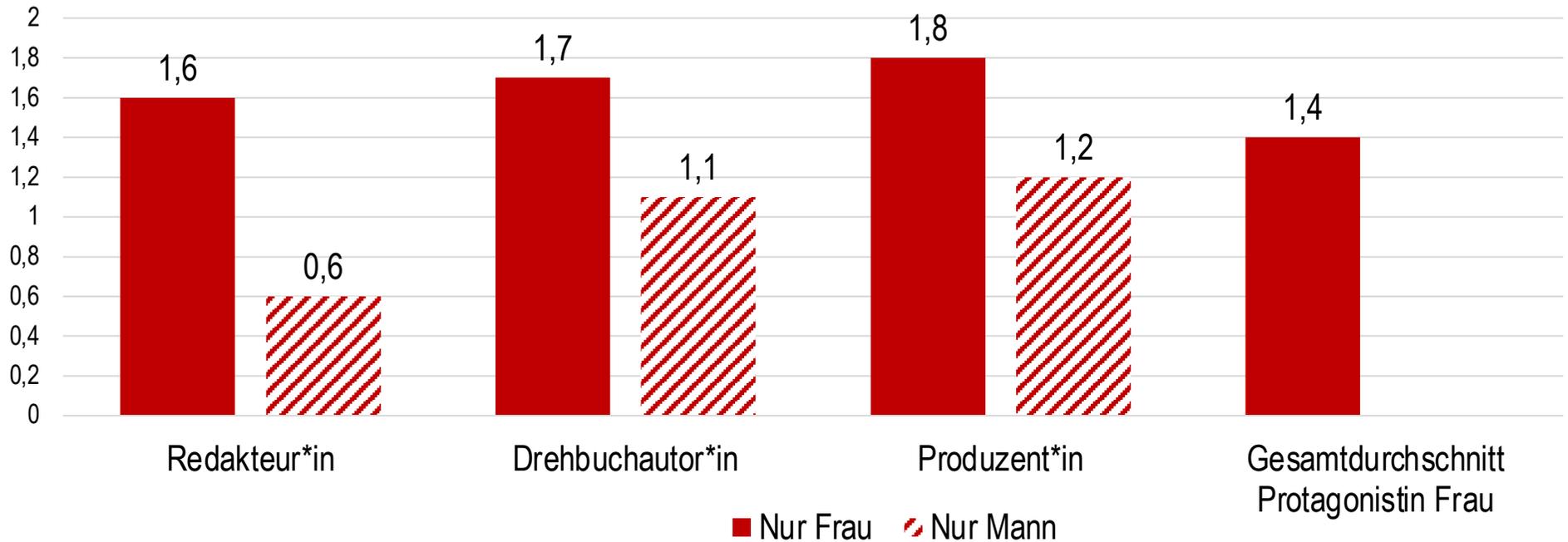
Wie ist der Zusammenhang zwischen Produktionskontext und Sichtbarkeit?

Geschlechterverteilung der kreativen Funktionen für TV Fiktional in Prozent bezogen auf Sendungen alle Sender - nur Dt. (Ko) Produktion / Fiktional



Je weiblicher das Produktionsteam, desto mehr Frauen treten als Protagonist:innen auf.

Durchschnittliche Anzahl der Protagonistinnen je nach Geschlecht der kreativen Funktion. Signifikante Unterschiede nur dt. Produktionen



Kein signifikanter Unterschied bei Regie bedingt durch geringe Fallzahl von Frauen, die Regie führen.

Key Findings:

1. Frauen sind deutlich unterrepräsentiert.
2. Altersgap: wenn Frauen vorkommen, dann als junge Frauen.
Ab 30 Jahren kommen Frauen sukzessive seltener vor.
3. Männer erklären die Welt: sie sind die Experten, Gameshow-Moderatoren, Journalisten und Sprecher.
4. The Future is equal? Nicht, wenn es nach dem Kinderfernsehen geht.
5. Es besteht ein Zusammenhang zwischen Diversität vor und hinter der Kamera

Key Findings:

1. Frauen sind deutlich unterrepräsentiert.
2. Altersgap: wenn Frauen vorkommen, dann als junge Frauen.
Ab 30 Jahren kommen Frauen sukzessive seltener vor.
3. Männer erklären die Welt: sie sind die Experten, Gameshow-Moderatoren, Journalisten und Sprecher.
4. The Future is equal? Nicht, wenn es nach dem Kinderfernsehen geht.
5. Es besteht ein Zusammenhang zwischen Diversität vor und hinter der Kamera

Diese Studie wurde gefördert und unterstützt durch:



malisa
STIFTUNG

ARD 



MEDIEN
GRUPPE
RTL DEUTSCHLAND



ProSiebenSat.1
Media SE

Film und Medien
Stiftung NRW

FFA 

Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

FFF Bayern

Universität
Rostock



Traditio et Innovatio

Fernsehen und Geschlecht (Prommer et al. 2021)

Die Geschlechterverteilung ist weiterhin unausgewogen: Auf eine Frau kommen im deutschen Fernsehen nach wie vor rund zwei Männer.

Es gibt jedoch positive Entwicklungen:

- Fiktion 2020: Geschlechterverhältnis nahezu ausgewogen.
- Im Vergleich zu 2016 wird der Altersgap in den fiktionalen TV-Produktionen insgesamt kleiner.
- Information: Moderation und journalistische Funktionen nähern sich der Parität an.
- Kinderfernsehen insgesamt noch immer unausgewogen, aber zunehmend mehr weibliche Protagonistinnen und Figuren

Fernsehen und Geschlecht (Prommer et al. 2021)

Handlungsbedarf besteht noch in folgenden Feldern:

- Männer kommen immer noch am häufigsten als **Experten** zu Wort – auch in Berufsfeldern, in denen überwiegend Frauen arbeiten.
- Es gibt eine große Ungleichheit in der **Moderation von (Quiz-)Shows** - Männer führen hier fast alleine durch das Programm.
- Weibliche **Fantasie- und Tier-Figuren** sind nach wie vor deutlich unterrepräsentiert.

Geschlecht und Diversität auf YouTube (Prommer/Wegener/Linke 2021)

1. **Frauen sind auf YouTube deutlich unterrepräsentiert.**
2. Weibliche YouTuber*innen werden überwiegend sichtbar mit **traditionellen Themen** (Beauty) und serviceorientierten Formaten (How-To).
3. Frauen werden auf YouTube im **privaten Raum** und mit Hobbies dargestellt, während Männer im öffentlichen Raum und Berufskontext sichtbar werden.
4. Die Strukturen und **Logik des Mediums** bedingen die (wenig diversen) Inhalte.
5. Um diversere Menschen auf YouTube sichtbarer zu machen, müssten diese finanziell abgesichert und unterstützt werden.

Diversity Fade-out

Wie audiovisuelle Medien gesellschaftliche Vielfalt ausblenden

Prommer, Elizabeth & Linke, Christine (2019): Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen. Köln: Halem Verlag.

Prommer, Elizabeth, Wegener, Claudia & Linke, Christine (2021): Moderner Kanal – altmodische Rollenbilder. Geschlechterstereotype auf YouTube aus medienethischer Perspektive. *Communicatio Socialis. Zeitschrift für Medienethik und Kommunikation in Religion und Gesellschaft*, 3/2001, 341-348.

Prommer, Elizabeth et al. (2021): Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität. Universität Rostock.

Diversity Fade-out

Wie audiovisuelle Medien gesellschaftliche Vielfalt ausblenden

CONTENT GIPFEL

2. Juni 2022