

Elizabeth Prommer / Christine Linke

Ausgeblendet

Frauen im deutschen Film und Fernsehen

Mit einem Vorwort von Maria Furtwängler

Unter Mitarbeit von Sophie Charlotte Rieger

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Elizabeth Prommer / Christine Linke

Ausgeblendet.

Frauen im deutschen Film und Fernsehen

Mit einem Vorwort von Maria Furtwängler

edition medienpraxis, 17

Köln: Halem, 2019

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2019 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print) 978-3-86962-428-0

ISBN (PDF) 978-3-86962-429-7

ISSN 1863-7825

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Rüdiger Steiner, Christiane Hackl

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Bruno Dias, Köln

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

INHALT

VORWORT	9
1. WARUM DIESES BUCH	12
2. FORSCHUNGSSTAND: GESCHLECHTERBILDER IN FERNSEHEN UND KINO	18
2.1 Fernsehen	18
2.2 Fernsehen international	21
2.3 Fiktion in Deutschland – Beispiele	22
2.4 Informationssendungen im Fernsehen	23
2.5 Forschungsstand Kinderfernsehen	24
2.6 Kino	27
3. FRAUFORSCHUNG, GESCHLECHTERFORSCHUNG UND GENDER STUDIES	29
4. METHODE: WIE WURDE DIE STUDIE ANGELEGT UND UMGESETZT?	33
4.1 Auswahl des Datenmaterials und Aussagekraft	33
4.2 Methode der Inhaltsanalyse: Wer und was wurde gezählt?	35
4.3 Besonderheiten im Kinderfernsehen	40
4.4 Analyse der Kinofilme	43
4.5 Codierung und Auswertung: Wie sind wir vorgegangen?	45

5.	DIE FERNSEHFRAU: AUSGEBLENDET	48
5.1	Eins zu zwei statt gleich: Frauen kommen seltener vor	48
5.2	Deutsche Fernsehfrauen in der Fiktion sind vielfältiger geworden	51
5.3	Ausgeblendet: die Frau ab 35 Jahren	54
6.	WIE DIVERS IST DAS DEUTSCHE FERNSEHEN?	59
7.	MÄNNER ERKLÄREN DIE WELT	61
7.1	Expertinnen	63
7.2	Frauen in der Fernsehfiktion	67
7.3	Ein Teufelskreis?	68
8.	DIE FRAU IM DEUTSCHEN KINO	71
8.1	Weniger sichtbar, wenig vielfältig und weniger zu sagen	71
8.2	Ein Frauenbild aus den 1970er-Jahren?	75
8.3	Die eindimensionale Filmfrau – der vielschichtige Kinomann	78
9.	IST DIE ZUKUNFT GLEICHBERECHTIGT? NICHT IM KINDERFERNSEHEN	81
9.1	Männliche Tiere und superdünne Elfen – die ungleichen Fantasieräume im Kinderfernsehen	81
9.2	Das Kinderfernsehen	82
9.3	Die ungleiche Geschlechterverteilung im deutschen Kinderfernsehen	83
9.4	Männliche Fantasiefiguren	85
9.5	Wer erklärt Kindern die Welt?	88
9.6	Wer macht das Kinderfernsehen?	90
9.7	Is the future equal?	90

10.	KINDERKÖRPER: ÜBERWIEGEND UNNATÜRLICH, SEXUALISIERT UND REALITÄTSFERN	92
10.1	Detailanalyse von animierten Körperdarstellungen	92
10.2	Körperverhältnisse Messen: Waist-to-Hip-Ratio und Waist-to-Shoulder-Ratio	93
10.3	Sexualisierte Mädchen- und Frauenkörper im Kinderfernsehen	95
10.4	Vielfalt an männlichen Körpern	97
10.5	Sexualisierte Männerkörper?	98
10.6	Unnatürliche Weiblichkeit – natürliche Männlichkeit	99
11.	WER MACHT UNSER FERNSEHEN UND KINO?	101
11.1	Forschung zur Film- und Fernsehindustrie	101
11.2	Eine ungleiche Industrie	103
11.3	Das Potenzial an weiblichen Filmstudierenden	105
11.4	Spielt das Geschlecht der kreativen Positionen eine Rolle für die Qualität oder den Erfolg?	108
11.5	Diversität hinter der Kamera?	110
11.6	Wechselspiel zwischen Geschlecht der Kreativpositionen und Sichtbarkeit von Frauen	114
11.7	Gründe für die Unterrepräsentanz von Frauen: genderspezifische Barrieren	116
11.8	Was lässt sich ändern?	118
12.	MEDIENRESONANZ ZUR STUDIE	120
12.1	Das Claus-Kleber-Interview	120
12.2	Wer berichtete (nicht)?	123
12.3	Was wurde berichtet?	127
12.4	Ein Diskurs entsteht	129
12.5	Die Rolle von Maria Furtwängler	131
12.6	Kritische Stimmen	132
12.7	Ein Jahr später	133

13.	GENDER BIAS WITHOUT BORDERS	135
13.1	Organisationen und Forschungsgruppen	140
13.2	Produktionsfirmen von Frauen	144
13.3	Feministische Online-Medien	146
14.	EINBLENDEN – ABER WIE?	149
14.1	Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils hinter der Kamera	151
14.2	Frauen auf den Bildschirm!	153
14.3	Aufbrechen von stereotypen Rollenmustern	156
14.4	Zum Schluss	157
LITERATUR		159