

## Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Sendungen mit Spielhandlung von ARD, ZDF und RTL plus \*

Die Anzahl von Studien zur Wirkung von Medieninhalten ist in den letzten Jahren stark angestiegen und es wurde eine Vielzahl von Belegen für die Bedeutung erbracht, die den symbolischen Modellen für Sozialisationsprozesse von Kindern, Jugendlichen und auch Erwachsenen zukommt (Jennings, Geis & Brown, 1980; Lukesch et al., 1989; Schenk, 1987; Winterhoff-Spurk, 1989). Die Funktion der Medien als Sozialisationsagenten erlangt einen immer höheren Stellenwert, beansprucht doch der Medienkonsum einen ständig steigenden Anteil am Leben der Menschen. Als Massenmedium Nummer Eins vermittelt besonders das Fernsehen einen erheblichen Teil der Vorstellungen über die soziale Realität und diese Bilder beeinflussen wiederum in weiten Bereichen das Denken und Handeln der RezipientInnen. Erstaunlich ist vor diesem Hintergrund die geringe Anzahl von Untersuchungen, welche die Inhaltsseite dieses Mediums, die medienvermittelte Realität selbst zum Gegenstand haben und Aussagen über den überhaupt wirkenden Inhalt zu treffen vermögen.

Ein bedeutender Aspekt sozialer Realität, der vom Fernsehen vermittelt wird, ist die Vorstellung über adäquates Geschlechtsrollenverhalten, über gesellschaftlich akzeptierte Lebensgestaltungen von Frauen und Männern. Da die durch das Fernsehen verbreitete Sichtweise Wirkungen auf die Lebensperspektive der RezipientInnen für sich und für das andere Geschlecht ausübt, erscheint eine genaue Kenntnis der Medienrealität unabdingbar, um gegebenenfalls Mißstände aufzudecken und auf die Vermittlung adäquater Identifikationsmöglichkeiten für beide Geschlechter hinzuwirken.

Im folgenden wird eine Teilstudie aus einer inhaltsanalytischen Untersuchung vorgestellt (Weiderer, 1993), deren Ziel darin besteht, die Darstellung der Frauen und Männer im gegenwärtigen deutschen Fernsehprogramm zu beschreiben, gegeneinander abzugrenzen und einen Vergleich zum Frauenbild im Fernsehprogramm des Jahres 1975 zu ziehen.

Die Studie wurde im Rahmen einer Dissertation am Lehrstuhl für Psychologie (Prof. Dr. H. Lukesch) an der Universität Regensburg durchgeführt.

## 1. Theoretischer Hintergrund und Fragestellung

In allen Gesellschaften dient das Geschlecht als Merkmal, anhand dessen den Menschen unterschiedliche Rollen und Verhaltensweisen zugeschrieben werden, gesellschaftliche Rechte und Pflichten verteilt werden. Für Frauen und Männer existieren gleichermaßen Stereotype, die das Maß für „richtiges“ Verhalten bilden, wobei die Eigenschaften die das männliche Stereotyp beschreiben, meist gesellschaftlich höher geschätzt werden als die des weiblichen Stereotyps (Mader, 1980; Schenk, 1979; Stockard & Johnson, 1980).

Im ausgehenden 20. Jahrhundert sind zumindest in den westlichen Gesellschaften die Rollenvorgaben, denen die Frauen bisher ausgesetzt waren, brüchig geworden. Gesetzliche Bestimmungen drücken die Gleichberechtigung von Frau und Mann im öffentlichen und privaten Leben aus. Nichtsdestoweniger bestehen auch in der heutigen Gesellschaft sexistische Einstellungen fort, die eine Verteilung der Rechte und Pflichten legitimieren, welche für Frauen im öffentlichen und privaten Leben Benachteiligungen beinhaltet. Dabei handelt es sich jedoch nur selten um offene Diskriminierung, sondern es kommen weit häufiger subtile Muster im Umgang mit Frauen zum Tragen (Schenk, 1979). So hält die gegenwärtige Kultur für Frauen widersprüchliche Vorstellungen über adäquate und erstrebenswerte Lebensmöglichkeiten bereit. Neben der offiziellen Botschaft der individuellen Entscheidungsfreiheit steht die subtile Erwartung, den Bedürfnissen von Ehemann und Familie gegenüber den eigenen Verwirklichungsmöglichkeiten den Vorzug zu geben (Metzger, 1989; Robinson, 1980).

Auch von den Massenmedien, die heute feste Bestandteile unseres Kulturguts sind, werden die in unserer Gesellschaft bestehenden Geschlechtsrollenstereotype vermittelt. Im Hinblick auf den Einfluß, den vor allem Fernsehen als das wichtigste Massenmedium auf die RezipientInnen nimmt, ist besonders die Funktion des Fernsehens als Sozialisationsagent für Kinder, aber auch für Erwachsene zu betonen. Die steigende Freizeit der Bevölkerung wird laut Umfragen zum großen Teil für verstärkten Medienkonsum aufgewendet (Merten, 1990; Winterhoff-Spurk & Groebel, 1989) und das Fernsehen ist dabei immer noch das bedeutendste Massenmedium, welches als einzige gesellschaftliche Institution Botschaften für und zu jedermann bzw. -frau bringt. Vorstellungen über soziales und sexuelles Rollenverhalten werden vom Fernsehen mit geprägt (Bandura, 1979; Condry, 1989; Morgan, 1982; Tuchman, 1980), wobei insbesondere RezipientInnen mit hohem Fernsehkonsum zu einer Übernahme der Fernseh-Stereotype neigen (Gerbner & Signorielli, 1979; Signorielli, 1989; Zemach & Cohen, 1986). Auch ist zu berücksichtigen, daß die Rangfolge, die verschiedene Thematiken auf der Themenagenda des Fernsehens einnehmen, bzw. die Tatsache, daß das Fernsehen überhaupt bestimmte Lebensvollzüge und Problematiken thematisiert und andere unberücksichtigt läßt, sich auf die Aufmerksamkeit und den Stellenwert auswirkt, den die RezipientInnen der jeweiligen Problematik zubilligen (Jordan, 1982; Schenk, 1987). Das Fernsehen kann, wie alle anderen Medien, durch seine Berichterstattung Sachverhalte als gesellschaftliche Problembereiche darstellen, es kann die Meinungsbildung in der Bevölkerung strukturieren, es kann „images“ von Personen und

sozialen Rollen entwerfen (Staab, Buchmüller, Gilges & Winterling, 1987) und es vermag weiter durch die dadurch bedingte Beeinflussung von Meinungen und Einstellungen die Machtposition von Interessengruppen zu fördern (Hoffmann, 1976). Ebenso wird die Angemessenheit eigener Eigenschaften, Einstellungen und Verhaltensweisen anhand der Medienvorgaben beurteilt (Blum, 1982; Robinson, 1980; Schenk, 1987). Insofern ist die Propagierung bestimmter für Frauen bzw. Männer als angemessen erachteter Lebensgestaltungen, Einstellungen und auch die Thematisierung der bestehenden Diskriminierungen dazu geeignet, bei den RezipientInnen eine Vorstellung von angemessenem Verhalten bzw. Bewußtsein für die damit verbundene Problematik zu erzeugen. Dabei wird dem Fernsehen unter allen Massenmedien der höchste Grad an Glaubwürdigkeit zugeschrieben, da es den RezipientInnen ermöglicht, emotional am Geschehen teilzunehmen, es quasi mitzerleben, was einen nachhaltigen Eindruck hinterläßt (Blumschein, 1986; Jordan, 1982; Kiefer, 1991; Kotelmann & Mikos, 1981).

Angesichts der Allgegenwart des Fernsehens im heutigen Leben sowie seiner immer größere Bedeutung erlangenden Sozialisationsfunktion, sollte eine seiner Aufgaben darin bestehen, zur Verankerung der Gleichberechtigung von Frau und Mann im gesellschaftlichen Denken und Leben beizutragen. Von öffentlicher Seite wird ihm auf dem Hintergrund seines Einflußpotentials eine bedeutende Rolle bei der Durchsetzung der Gleichberechtigung der Frau zugeschrieben (Lissner, Süßmuth & Walter, 1991). Indem das Fernsehen durch seine Berichterstattung Perspektiven, Vorurteile und Urteile zu beeinflussen vermag, kann es dazu beitragen, den Weg zu mehr Partnerschaft zwischen Frau und Mann zu unterstützen. Allerdings wird es dieser Aufgabe nicht gerecht, solange es die systematische Benachteiligung der Frau nicht kritisiert und sich in der Darstellung der Geschlechter nicht um Alternativen bemüht (Bosshart, 1988). Insofern stellt sich die Frage ob das Fernsehen in seinen Darstellungen und den darin liegenden Botschaften Schritt gehalten hat mit der Entwicklung zu einem veränderten gesellschaftlichen Status der Frauen, vielleicht sogar in einigen Bereichen eine Vorreiterposition einnimmt oder ob das Bild von einer patriarchalischen Sicht der Welt und der Geschlechtsrollen geprägt wird, die in offiziellen Verlautbarungen bereits der Vergangenheit angehören oder angehören sollten.

Als Resultat der, meist von MedienmacherInnen vertretenen Reflexionshypothese, nach deren Postulat es Auftrag, wie auch tatsächlich wahrgenommene Funktion der Medien ist, die in der Gesellschaft herrschenden Werte widerzuspiegeln und den RezipientInnen Identifikationsmöglichkeiten anzubieten, wäre zu erwarten, daß Veränderungen im Geschlechtsrollenverständnis, die es in unserer Gesellschaft zweifellos gibt, vielleicht mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung von den Medien aufgenommen und reflektiert werden.

Resultate früherer inhaltsanalytischer Untersuchungen (Blumschein, 1986; Externbrink, 1990; Hilt, 1983; Kober, 1980; Küchenhoff, 1975) lassen jedoch wenig Hoffnung aufkommen, sondern belegen nachdrücklich die Rolle des Fernsehens als eines Produzenten und Verbreiters konservativer Geschlechterideologien. Die Art, wie Frauen und Männer in den verschiedenen Medien gezeichnet werden, spiegelt, wie durch die einschlägigen Studien durchwegs belegt wird, immer noch

das Bild einer von Männern dominierten und an Männern orientierten Gesellschaft (Gallagher, 1983). Die Medien selbst kontrollieren und konstruieren die Randposition der Frau in der Gesellschaft, sie produzieren selbst bestimmte (sexistische) Perspektiven und Definitionen geschlechtsangemessenen Verhaltens. Insofern bietet das Fernsehen kein Abbild der gesellschaftlichen Verhältnisse, sondern wirkt sich darauf aus, welche Ideologien weitergegeben werden; es übt Kontrolle aus. Die Mediendarstellungen stehen in verschiedenen Bereichen sogar den Entwicklungen in der sozialen Realität entgegen. So kultivieren sie nach Gerbner eher den Widerstand gegen strukturelle Veränderungen in den Geschlechterbeziehungen als einen Wandel zu unterstützen (Gerbner, 1979). Aufgrund seiner Reichweite und seiner Glaubwürdigkeit ist dabei das Fernsehen unter allen Massenmedien der wirksamste Vermittler von Geschlechterideologien (Blumschein, 1986).

Wurden bisher, zumindest im deutschsprachigen Bereich, ohnehin nur wenige inhaltsanalytische Studien zur Geschlechterrollendarstellung im Fernsehen durchgeführt, so ist als Defizit der meisten vorliegenden Untersuchungen anzuführen, daß sie lediglich einen kleinen Ausschnitt des gesamten Fernsehprogramms betrachten und so ihre Resultate nicht auf das gesamte Programmangebot generalisiert werden können. Für die Bundesrepublik Deutschland liegt bisher lediglich eine einzige umfassende Dokumentation der Darstellung von Frauen im Fernsehen vor, die bereits vor über 15 Jahren erstellt wurde (Küchenhoff, 1975).

Durch die Dualisierung des Rundfunksystems in Deutschland haben sich jedoch in den letzten Jahren die Rahmenbedingungen des Fernsehens grundlegend verändert und zu einer Angebotssituation geführt, deren Auswirkungen auf die Geschlechterrollendarstellung noch nicht zu überblicken ist (Krüger, 1991b). Da eine Untersuchung von 1975 der gegenwärtigen, völlig veränderten Fernsehlandschaft nicht mehr gerecht werden kann, ist eine neue Bestandsaufnahme erforderlich. Auch wurde in den bisherigen Studien das im Fernsehen gezeichnete Männerbild lediglich am Rande betrachtet und keiner eingehenden Analyse unterzogen. Um die Vergleichbarkeit der Darstellung der Geschlechter zu ermöglichen, wurden in die vorliegende Studie weibliche und männliche Fernsehcharaktere gleichermaßen einbezogen.

Eine Erhebung der Inhaltsseite des Fernsehprogramms ist weiter auch aus der Sicht der Medienwirkungsforschung unabdingbar, da es, um Wirkungen zu erfassen, die von den Fernsehinhalten ausgehen, unerlässlich ist, die Inhaltsseite genau zu kennen (Lukesch, 1989).

Dabei erscheint die Betrachtung des Fiction-Bereiches des Programmangebots vorrangig von Bedeutung, ist doch, bedingt durch die steigende Verbreitung der Privatsender, ein deutliches Anwachsen des Fiction-Angebots zu verzeichnen. Wendeten im Jahr 1990 die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender zwar noch einen größeren Teil ihrer Sendezeit für Information und Bildung als für Sendungen des Fiction-Bereiches auf (ARD: 41.0% für Information/Bildung; 32.3% für Fiction; ZDF 45.4% für Information Bildung; 30.0% für Fiction), so zeigte sich bei RTL plus eine deutlich andere Gewichtung. Hier wurden 49.0% der gesamten Sendezeit mit Fiction-Sendungen ausgefüllt und lediglich 16.1% standen für Information/Bil-

dung zur Verfügung (Krüger, 1991a). Anhand dieser Entwicklung ist von einer steigenden Rezeption dieses Angebots auszugehen, so daß im Hinblick auf die Wirkungspotentiale der symbolischen Modelle besonders die Kenntnis der in dieser Sendungssparte ausgestrahlten Rollenbilder und -ideologien vonnöten ist. Dies nicht zuletzt auch mit Blick auf die Erarbeitung medienpädagogischer Konzepte als Gegengewicht zum medialen Einflüßpotential.

Vor dem Hintergrund der Weiterentwicklungen und Veränderungen in der deutschen Medienlandschaft, in den Lebensbedingungen und Rollenvorgaben für Frauen und Männer sowie angesichts der Mängel früherer Studien lauten die Hauptfragestellungen dieser Untersuchung:

Wie stellt sich das Frauen- und Männerbild im gegenwärtigen deutschen Fernsehprogramm dar? Welche formalen und inhaltlichen Gesichtspunkte vermitteln die Sendungen mit Spielhandlung über das Frau-Sein bzw. Mann-Sein?

Weiter sollte der Frage nachgegangen werden, inwieweit im gegenwärtigen Fernsehprogramm Veränderungen des Frauen- bzw. Männerbildes gegenüber dem 15 Jahre zuvor ausgestrahlten Programm zu verzeichnen sind.

## 2. Methodik

Die empirische Umsetzung der oben dargelegten Fragestellungen erfolgte im Rahmen eines inhaltsanalytischen Untersuchungsdesigns wobei die theoriegeleitete Inhaltsanalyse als Methode gewählt wurde. Diese Vorgehensweise, die im Rahmen der publizistischen Forschung entwickelt und praktisch erprobt wurde (Früh, 1981; Merten, 1983) stellt eine empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen dar. In dieser Eigenschaft dient sie der möglichst getreulichen Erfassung der in den Fernsehsendungen dargestellten Medienrealität.

Die Grundlage der Analyse bildete ein insgesamt dreiwöchiger Programmabschnitt der Fernsehsender ARD, ZDF und RTL plus, wobei die Auswahl dadurch begründet war, daß die beiden öffentlich-rechtlichen Anbieter bisher noch immer die größte Reichweite besitzen und es sich bei RTL plus um den Privatsender mit den höchsten Einschaltquoten handelt (Media Perspektiven, 1990). Folglich fanden in diese Studie die Sender mit der größten Reichweite Eingang.

Von jedem der drei Sender wurde im Juli 1990 eine künstliche Programmwoche auf Video aufgezeichnet. Dabei wurde je ein Tag jedes Senders hintereinander aufgenommen, so daß nach den drei Aufnahmewochen je eine künstliche Woche pro Sender vorlag. Durch dieses System sollte vermieden werden, Wiederholungen von Sendungen des Vortags zu erfassen. Der Zeitraum für die Aufzeichnung wurde unter dem Gesichtspunkt gewählt, daß in diese drei Wochen keine absehbaren Fernsehübertragungen fielen, die eine Abweichung vom normalen Programm bedingt hätten. Insgesamt wurden 627 Sendungen aufgezeichnet, die rund 320 Programmstunden ausmachen.

Der nächste und wichtigste Schritt im Rahmen der Methodenentwicklung war die Erarbeitung des Kategoriensystems. Dieses wurde auf dem theoretischen Hin-

tergrund der systematischen Beobachtung als Meßmethode erstellt (Cranach & Frenz, 1969).

Dabei wurde zunächst ein allgemeiner Sendungsbogen entwickelt, der zur Erfassung allgemeiner formaler Daten jeder Sendung diente.

Die einzelnen Charaktere der Sendungen mit Spielhandlung wurden mit einem Rollenbogen beurteilt. Die ProtagonistInnen beiderlei Geschlechts wurden mit diesem Bogen in den ihre Persönlichkeit und ihre Umweltbeziehungen prägenden Charakteristika erfaßt. Als wichtigste Bereiche der Beurteilung sind anzuführen: äußere Erscheinung der Charaktere, berufliches Leben, Freizeit und außerberufliche Tätigkeiten, Interaktionen mit anderen Personen, Konflikt- und Problemlösungsverhalten, Partnerschaft und Familie, Sexualität sowie aggressives und prosoziales Verhalten.

Insgesamt umfaßt das Kategoriensystem 931 Variablen zur Bestimmung der Charakteristika des Frauen – und Männerbildes.

Unter der Sendungsgattung „Sendungen mit Spielhandlung“ wurden in der vorliegenden Studie alle Sendungen verstanden, deren Handlungs- und Geschehniszusammenhänge fiktional sind. Allen Sendungen dieser Gattung ist gemeinsam, daß ihre Handlungen und Inhalte nicht den Anspruch stellen, in der Realität so abgelaufen zu sein. Im gesamten dreiwöchigen Programmsample waren 216 Sendungen dieser Gattung enthalten. Hierunter fielen jedoch auch Spielfilme, Familienserien und Spielsendungen des Kinderprogramms, die in eigenständigen Untersuchungen analysiert wurden (Eck, 1992; Faltenbacher, 1993; Komorek-Magin, 1993; Schneider, 1993). Für die vorliegende Studie verblieben 66 Sendungen, die sich größtenteils aus Abenteurserien, Krimis, Fernsehfilmen, Fernsehspielen und Actionserien zusammensetzen.

In der Hauptuntersuchung wurden lediglich die Haupt- und die bedeutenden Nebenrollen analysiert. Eine Voruntersuchung hatte ergeben, daß über die unbedeutenden Charaktere und StatistInnen kaum Aussagen getroffen werden können, so daß das zu erwartende Resultat nicht den Aufwand der Beurteilung rechtfertigen würde.

Durch zwei BeurteilerInnen, die unabhängig voneinander einen Teil der Sendungen anhand des Kategoriensystems bearbeiteten, wurde die Interrater-Reliabilität bestimmt. Sie lag zwischen .75 und 1.00 für jedes erfaßte Merkmal.

Mittels Chi-2- Tests wurden die Unterschiede zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der einzelnen erfaßten Variablen berechnet.

### 3. Ausgewählte Ergebnisse

#### 3.1 Strukturdaten der Sendungen

Die analysierten Sendungen gliedern sich in 51 Serien, elf Fernsehfilme und vier Fernsehspiele. 38 Sendungen wurden von RTL plus ausgestrahlt, 12 vom ZDF und

16 von der ARD, eine Verteilung, die die führende Position von RTL plus hinsichtlich des Unterhaltungsangebots verdeutlicht.

Die Sendungen waren relativ homogen auf die einzelnen Wochentage verteilt. Nahezu 40% der Sendungen wurden zwischen 17.00 und 20.00 Uhr gesendet, also im Vorabendprogramm.

Bei 63.6% der Sendungen handelt es sich um Fremdproduktionen, d.h. um Produktionen, die nicht vom Sender selbst hergestellt, sondern gekauft werden. Dabei nehmen die USA als Produktionsland die Spitzenposition ein. 62.1 % der Sendungen wurden dort produziert, während es sich lediglich bei 27.2% der Sendungen um bundesdeutsche Produktionen handelte. Insofern ist zu vermuten, daß die durch das Fernsehen vermittelte Geschlechtsrollendarstellung in weiten Bereichen die in den USA geltende Norm beinhaltet.

Ein Blick auf das Produktionsjahr zeigt, daß am häufigsten Sendungen aus den Jahren 1980 bis 1987, gesendet werden. Der Anteil älterer und neuerer Filme hält sich mit 17.9% bzw. 21.0% beinahe die Waage. Der relativ geringe Anteil älterer Produktionen deutet darauf hin, daß der Fernsehinhalt weitgehend durch aktuell geltende gesellschaftliche Normen geprägt ist.

Für die Darstellung der Geschlechterrollen erschien auch die Handlungszeit der einzelnen Sendungen von Bedeutung. Bei über 80% ist die Handlung in der Gegenwart angesiedelt, so daß auch in dieser Hinsicht von einer Vermittlung des gegenwärtigen Frauen- und Männerbildes ausgegangen werden kann.

Weiter wurden die Sendungstitel bzw. Untertitel hinsichtlich ihrer Geschlechtsbezogenheit beurteilt. Bereits an der Verteilung von geschlechtsbezogenen Nennungen im Sendungstitel wurde die männliche Dominanz deutlich. So nahmen 32 Sendungstitel in irgendeiner Weise bezug auf eine männliche Person, eine weibliche Person wurde jedoch nur in sieben Titeln erwähnt. Dabei werden bei RTL plus anteilmäßig am häufigsten Männer und am seltensten Frauen genannt. Nach Herstellungsländern aufgeschlüsselt, werden in amerikanischen Produktionen am häufigsten Männer und am seltensten Frauen im Titel erwähnt.

Des Weiteren wurde die Verteilung der ProduktionsmitarbeiterInnen hinter der Kamera erfaßt, soweit sie im Nachspann der Sendungen aufgeführt wurden. Hier ergab sich eine noch weit krassere Diskrepanz hinsichtlich der Präsenz von Frauen und Männern, wobei besonders mit steigendem beruflichen Status und Prestige ein sinkender Frauenanteil zu verzeichnen ist. So war neben 58 Regisseuren lediglich eine Regisseurin angeführt, bei der Aufnahmeleitung wurde ebenfalls lediglich eine Frau erwähnt, während 16 Männer genannt wurden und als DrehbuchautorInnen waren 33 Männer, aber ebenfalls nur eine Frau erkennbar. Umgekehrt waren in der Sparte Filmschnitt deutlich mehr Frauen als Männer vertreten. Lediglich ein Bereich kann nach wie vor als Frauendomäne bezeichnet werden, nämlich die Fernsehansage. Zwar hat sich der Anteil an männlichen Ansagern seit 1975 fast verdoppelt, dennoch wird immer noch der größte Teil der Sendungen von Frauen angesagt. In dieser Sparte, wo vorrangig gutes Aussehen von Bedeutung ist und keine eigenen Leistungen, sondern lediglich die Wiedergabe fremder Texte gefordert ist, wird Frauen offensichtlich ihr Platz zugewiesen.

Im Rahmen der Strukturdaten wurde darüber hinaus die Verteilung der Hauptrollen und bedeutenden Nebenrollen ermittelt, die in die Auswertung einbezogen wurden. Als Hauptrollen waren dabei Rollen definiert, die für den Fortgang der Handlung bedeutsam sind und häufig im Film auftreten. Unter bedeutenden Nebenrollen wurden Charaktere verstanden, die zwar ebenfalls häufig im Film auftreten und den Fortgang der Handlung beeinflussen, ohne jedoch von zentraler handlungstragender Bedeutung zu sein.

Insgesamt wurden 224 Haupt- und bedeutende Nebenrollen ermittelt, von denen 64.7% männlich und 35.3% weiblich waren. Dieses Zahlenverhältnis erweist sich als dem bereits 15 Jahre vorher ermittelten sehr ähnlich (Küchenhoff, 1975). Eine anteilmäßige Angleichung der weiblichen und männlichen ProtagonistInnen hat also bisher nicht stattgefunden.

Die Aufschlüsselung der Verteilung nach dem Produktionsjahr zeigt eine Stagnation des Anteils beider Geschlechter. In allen Produktionszeiträumen ist der Anteil männlicher und weiblicher Charaktere nahezu identisch. Von einer Veränderung hin zu einer zumindest quantitativen Gleichberechtigung der Frau im Fernsehen kann aufgrund dieser Resultate nicht die Rede sein.

### 3.2 Demographische Daten der Charaktere

Insgesamt wurden in die Untersuchung 145 männliche und 79 weibliche Rollen einbezogen.

Im Hinblick auf die demographischen Daten der beurteilten Charaktere erscheint vor allem die Altersstruktur interessant. Frauen überwiegen deutlich in der Alterskategorie von 19 bis 35 Jahren, während signifikant mehr Männer höheren Alters zu sehen sind. Die genaue Verteilung ist Tabelle 1 zu entnehmen.

Tabelle 1: Altersverteilung der Charaktere

Alter	gesamt		Frauen		Männer		Sign
	n	%	n	%	n	%	
19-35	97	43.5	54	71.1	43	30.5	
36-60	84	38.1	12	15.8	73	51.8	**1)
über 60	35	15.7	10	13.2	25	17.7	

Anmerkung: 1) Signifikanzniveau Alpha = 0.01

Hinsichtlich der Altersverteilung ließ sich zwar über alle Produktionszeiträume hinweg ein Anstieg der Frauen über 60 Jahren erkennen, was als Tendenz zu einer stärkeren Einbeziehung älterer Frauen gedeutet werden kann, jedoch dominieren auch in den neuen Produktionen noch immer die jungen Frauen, während deutlich mehr Männer höheren Alters vertreten sind.

In bezug auf den Familienstand scheint zwar auf den ersten Blick eine Emanzipation der Frau von Ehe und Familie stattgefunden zu haben, jedoch kann dies bei genauerer Betrachtung nicht vorbehaltlos bestätigt werden. So ist zwar ein gleich großer Anteil an Frauen und Männern ledig bzw. verheiratet, allerdings bleibt bei deutlich mehr Männern als Frauen der Familienstand in der Sendung im Verborgenen. Offensichtlich spielt die erkennbare Einbindung in eine Beziehung oder Familie für Frauen eine größere Rolle als für Männer, da für erstere das familiäre Umfeld deutlicher hervortritt.

### 3.3 Aussehen und Gesamteindruck

Bei den hier erhobenen Variablen war durchwegs eine Betonung der Schönheit, Jugendlichkeit und Erotik der weiblichen Fernsehcharaktere vorzufinden. So durfte das Gesicht von nahezu einem Drittel der männlichen Protagonisten mit Falten gezeichnet sein, während sich nur acht Prozent der Frauen dies erlauben konnten. Auch trug keine einzige Frau eine Brille, was jedoch bei 17 (11.7%) der Männer der Fall war. Hinsichtlich der Figur wurde deutlich, daß Frauen in den Sendungen mit Spielhandlung rigoros Schlankeitsidealen unterworfen sind. Die Figur von nahezu der Hälfte der Männer, jedoch nur von 19 Prozent der Frauen war im Durchschnittsbereich anzusiedeln. Dagegen waren fast 80% der Frauen schlank.

Durch ihr Aussehen und ihre Kleidung vermitteln Frauen bedeutend häufiger eine erotische Ausstrahlung als Männer. Lediglich 13.9 Prozent der Männer trugen Kleidung, die in irgendeiner Weise als erotisch bezeichnet werden kann, bei den Frauen waren es dagegen 64.6 Prozent. Die Betonung des weiblichen Körpers und weiblicher Sexualität spielt offensichtlich auch im gegenwärtigen Fernsehprogramm eine große Rolle. Dies zeigt sich auch an dem Resultat, daß lediglich knappe 14 Prozent der Männer, aber nahezu 45 Prozent der Frauen sich als deutlich an der gesellschaftlich herrschenden Schönheitsnorm ausgerichtet erwiesen. Während den Männern in ihrem Aussehen und ihrer Ausstrahlung ein größerer Spielraum für Individualität zugestanden wird, sind Frauen meist normiert schön und mit wenig Eigenheiten ausgestattet.

Beide Geschlechter sind hinsichtlich Aussehen und äußerem Gesamteindruck vorrangig am Typ des idealen Mannes bzw. der idealen Frau orientiert, wobei dies für Frauen in noch viel stärkerem Maß gilt als für Männer. In Anbetracht der RezipientInnen schwer zu erreichendes Ideal dar, wobei es für Frauen noch unwahrscheinlicher als für Männer erscheint, diese Idealvorstellungen verwirklichen zu können. Gleichzeitig entsteht jedoch für sie ein noch stärkerer Druck, da ihnen nahezu ausschließlich perfekt aussehende Modelle geboten werden und praktisch keine Alternativen zur Wahl stehen.

### 3.4 Berufstätigkeit

Hinsichtlich der Anzahl berufstätiger Frauen ist zumindest seit 1975 eine Verbesserung im Sinne von Gleichbehandlung zu verzeichnen. So stieg der Anteil berufstätiger Frauen von 39.9% auf 52.6%, eine Zahl, die in etwa den realen Verhältnissen in Deutschland (West) entspricht (Statistisches Bundesamt, 1990).

Jedoch sind die verheirateten berufstätigen Frauen im Fernsehen gegenüber der Realität deutlich unterrepräsentiert. Die Ehe muß zwar in der heutigen Fernsehdarstellung nicht mehr unbedingt die Aufgabe des Berufs mit sich bringen, dennoch rekrutieren sich aus den verheirateten Frauen die wenigsten berufstätigen, während bei den Männern nach dem Familienstand nur ein geringfügiger Unterschied festzustellen ist. Insgesamt sind von den Charakteren des gegenwärtigen Programms signifikant weniger Frauen als Männer berufstätig (52.5% Frauen und 84.0% Männer).

Die von Frauen ausgeübten Berufe haben sich seit früheren Befunden (Küchenhoff, 1975) weg von den typischen Frauenberufen (z.B. Krankenschwester) entwickelt. So werden beispielsweise heute 19.8% der berufstätigen Frauen in technisch-naturwissenschaftlichen Berufsbereichen dargestellt. Eine Mehrheit übt jedoch typische Fernsehberufe (z.B. Polizistin, Detektivin) aus, ein Resultat, das auch für die Männer gilt.

Das traditionelle Geschlechterverhältnis findet im Hinblick auf den Beruf darin seinen Ausdruck, daß Männer häufiger als Frauen höhere berufliche Positionen einnehmen. So wird lediglich eine Frau in Vorgesetztenposition gezeigt, während alle übrigen Vorgesetzten männlich sind. Auch tragen Männer in beruflicher Hinsicht mehr Verantwortung, geben häufiger Anweisungen und entwickeln mehr Eigeninitiative, während Frauen umgekehrt häufiger Anweisungen erhalten und sich an den vorgegebenen Regeln orientieren. Von Seiten ihrer männlichen Vorgesetzten muß sich nahezu ein Drittel der Frauen gönnerhafte Behandlung gefallen lassen, während diese nur gegenüber neun Prozent der männlichen Mitarbeiter erkennbar ist. Beide Geschlechter erscheinen mit ihrem Beruf weitgehend zufrieden, wobei jedoch mehr Frauen als Männer die Arbeit als notwendiges Übel betrachten, während umgekehrt mehr Männer als Frauen einen weiteren beruflichen Aufstieg planen. Insgesamt hat für Männer die berufliche Karriere einen deutlich höheren Stellenwert als für Frauen.

Konflikte zwischen Beruf bzw. beruflicher Karriere und Familie bleiben für beide Geschlechter ausgeklammert. In dieser Hinsicht trägt das Fernsehen nicht zu einer Diskussion und Reflexion realer gesellschaftlicher Problematiken bei.

Insgesamt kann trotz der Weiterentwicklung in einigen Teilaspekten des Berufsbereiches von einer Gleichstellung der Frauen nicht die Rede sein. Die traditionelle Sichtweise der beruflich untergeordneten Frau, für die Erwerbstätigkeit und Karriere von nachrangigem Stellenwert sind, herrscht im gegenwärtigen Programm vor.

### 3.5 Außerberufliche Tätigkeiten (Hausarbeit und Freizeit)

Obwohl Hausarbeit bei den Fernsehcharakteren insgesamt keinen hohen Stellenwert einnimmt, ist eine klare Abgrenzung der Rollen gegeben. So wird nahezu die Hälfte der Frauen, jedoch nur 18.3% der Männer bei der Hausarbeit gezeigt. Allerdings führt in den neueren Produktionen ein größerer Anteil an Männern Hausarbeiten aus, als dies bei den älteren Sendungen der Fall ist. Der Frauenanteil bleibt jedoch über alle Produktionszeiträume hinweg unverändert.

Wenn Männer im Haushalt arbeiten, so beschäftigen sie sich mit der klassisch männlichen Domäne der Reparaturen oder gehen auch mal zum Einkaufen. Die traditionell weiblichen Arbeiten wie putzen, aufräumen und andere bedienen, bleiben auch im gegenwärtigen Programm fast ausschließlich den Frauen vorbehalten. Obwohl Hausarbeit überwiegend als leichte Arbeit gezeigt wird, äußert sich jedoch fast die Hälfte der Frauen mit der Hausarbeit unzufrieden, ein bedeutend höherer Anteil als 1975 (Küchenhoff, 1975). Es scheint, als ob heute Hausarbeit nicht mehr ganz so kritiklos als „natürliche“ weibliche Beschäftigung gilt.

In Freizeitsituationen werden Frauen häufiger gezeigt als Männer. Dies dürfte mit ihrer selteneren Einbindung in einen Beruf zusammenhängen. Obwohl Sport als Freizeitbeschäftigung eigentlich für beide Geschlechter keine große Rolle spielt, wird deutlich, daß noch weniger Frauen als Männer sportlich aktiv sind. In ihrer Freizeit beschäftigen sich auch wesentlich mehr Männer als Frauen mit dem Auto oder Motorrad, einem Gebiet, das in unserer Gesellschaft wiederum dem männlichen Zuständigkeitsbereich zugeordnet wird.

### 3.6 Interaktionen

Das Interaktionsverhalten der weiblichen und männlichen Charaktere ist in dem analysierten Programmsample deutlich geschlechtsspezifisch ausgeprägt. Frauen haben insgesamt weniger InteraktionspartnerInnen als Männer, egal ob diese weiblichen oder männlichen Geschlechts sind und es zeigen sich in ihrem Verhalten am Rollenstereotyp orientierte Reaktionen. So ist bei Frauen in Interaktionen mit Männern seltener dominantes aber häufiger hilfloses und untergeordnetes Verhalten erkennbar als dies in Mann-Mann Interaktionen der Fall ist. In Gesprächssituationen zeigen Frauen häufiger als Männer Emotionen, sind freundlicher und natürlicher, aber auch unsicherer, unselbständiger und naiver. Dabei bringen sie diese auf Unsicherheit hindeutenden Verhaltensweisen Männern gegenüber häufiger zum Ausdruck als gegenüber Frauen. Es scheint sich also hierbei nicht um Charakteristika zu handeln, die Frauen grundsätzlich zugesprochen werden, sondern um ein typisches Verhaltensmuster in Interaktionssituationen mit (dadurch als überlegen anerkannten) männlichen Partnern. Deutliche Geschlechtsunterschiede treten ebenfalls bei den Interaktionsthemen der ProtagonistInnen auf. So sprechen Frauen vorrangig über Themen, die zur klassisch weiblichen Domäne gehören, wie beispielsweise Liebe, Haushalt und Klatsch/Mode.

Männer thematisieren hingegen häufiger die stereotyp männlichen Gebiete wie Gewalt, Beruf, Finanzen und Geschäftliches. Gesellschaftlich relevante Thematiken sowie speziell die gesellschaftliche Situation der Frauen betreffende Bereiche werden in den Gesprächen weitestgehend ausgeklammert. Insofern ist das Fernsehen offensichtlich nicht bereit, gesellschaftlich brisante Themen in die Unterhaltungsfilm einfließen zu lassen.

### 3.7 Konflikt- und Problemlösungsverhalten

Frauen und Männer verhalten sich in Konflikt- und Problemsituationen wiederum geschlechtsspezifisch unterschiedlich. So reagieren Männer signifikant häufiger als Frauen emotional unbeteiligt, rational, ruhig und gelassen oder auch ärgerlich und wütend. Frauen dagegen handeln öfter unüberlegt, hysterisch, emotional, hilflos-suchend oder hilflos-passiv. Es wird das Stereotyp des überlegt handelnden rationalen Mannes und der hilflosen, emotionalen Frau vermittelt.

Die Unterscheidung in verschiedene Konfliktbereiche ergibt, daß in den Sendungen persönliche Konflikte und Probleme seltener zur Sprache kommen als sachbezogene und zwischenmenschliche Konflikte. Dabei zeigen sich in diesen Problembereichen ebenfalls wieder Unterschiede im Verhalten von Frauen und Männern. Insgesamt strebt zwar der überwiegende Teil beider Geschlechter eine selbständige Problemlösung an und erreicht sie in den meisten Fällen auch, dies darf jedoch nicht über die weitgehend stereotype Ausrichtung der Problemlösestrategien hinwegtäuschen. So wird in jedem Problembereich häufiger bei Männern als bei Frauen Hilfe gesucht. Dem Mann scheint eine kompetentere Helferefunktion zugesprochen zu werden als der Frau, egal ob es gilt, sachbezogene, zwischenmenschliche oder persönliche Schwierigkeiten zu bewältigen. Des Weiteren wird für alle Problembereiche ersichtlich, daß ein zwar nicht signifikanter, aber prozentual höherer Anteil an Frauen als an Männern hilfloses oder passives Verhalten an den Tag legt bzw. die Schwierigkeiten verdrängt oder Hilfe bei der Problembewältigung sucht.

### 3.8 Partnerschaft und Familie

Die Einbindung in eine Partnerschaft spielt für Frauen im gegenwärtigen Fernsehprogramm insgesamt eine größere Rolle als für die männlichen Charaktere. So werden 49.4% der Frauen und 31.7% der Männer in einer Partnerschaft gezeigt.

In bezug auf die Altersverteilung herrscht in der Partnerschaft in den meisten Fällen das traditionelle Bild des älteren Mannes vor, der mit einer jüngeren Partnerin zusammenlebt. In den beurteilten Sendungen war lediglich in einem Fall der Partner einer Frau jünger als diese selbst während häufig jüngere Partnerinnen von Männern auftreten.

Wie in fast allen erfaßten Bereichen ist auch das Verhalten in der Partnerschaft geschlechtsspezifisch geprägt. Es überwiegt zwar heute in den meisten Fällen eine ausgewogene partnerschaftliche Beziehung, so daß nicht pauschal von männlicher Dominanz gesprochen werden kann. Dennoch dominieren in der Partnerschaft Männer häufiger (50.0%) als Frauen (23.7%), die sich wiederum entsprechend öfter unterordnen (26.3% Frauen und 6.5% Männer).

Ein hochsignifikanter Geschlechtsunterschied ergibt sich hinsichtlich des Stellenwerts, den PartnerIn und/oder Familie im Leben der ProtagonistInnen einnehmen. Männer verleihen ihrem Beruf einen höheren Stellenwert als dem/der PartnerIn während umgekehrt mehr Frauen als Männer den/die PartnerIn als gleich wichtig wie den Beruf, als wichtiger oder sogar als Mittelpunkt ihres Lebens betrachten (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Stellenwert des Partners/der Partnerin im Leben

Stellenwert	Frauen		Männer		Sign.
	n	%	n	%	
Beruf wichtiger					
als PartnerIn	3	7.0	35	71.4	
gleich wichtig	9	20.9	4	8.2	
PartnerIn wichtiger	10	23.3	0	0	**1)
PartnerIn ist Mittelpunkt	18	19.6	3	6.1	

Anmerkung: 1) Signifikanzniveau Alpha = 0.01

Hierdurch wird die Beziehungsorientierung der heutigen Fernsehfrau betont. Selbst bei einer Tendenz zur Angleichung der Geschlechter im beruflichen Bereich wird die Botschaft vermittelt, daß für die Frau letztlich doch der Privatbereich von größerer Wichtigkeit ist, während der Mann häufig nahezu ausschließlich im beruflichen Bereich agiert.

Kinder spielen im Leben beider Geschlechter nur eine untergeordnete Rolle. Allerdings sind erstaunlicherweise mehr Männer (12.6%) als Frauen (2.6%) häufig mit Kindern zu sehen. Hier scheint die traditionelle Rollenverteilung etwas aufgebrochen zu werden. Beide Geschlechter haben zu den Kindern vorwiegend eine emotional getönte Beziehung, die jedoch bei Frauen stärker ausgeprägt ist als bei Männern.

### 3.9 Erotik und Sexualität

In den untersuchten Sendungen werden zwar etwas mehr Frauen als Männer in erotischen Situationen gezeigt, allerdings ergibt sich zwischen den Geschlechtern kein signifikanter Unterschied. Die meisten Charaktere leben in einer dauerhaften

sexuellen Beziehung, wobei aber mehr Männer als Frauen eine Beziehung für eine Nacht eingehen. Kurzfristige erotische Kontakte scheinen demnach bei Männern eher toleriert zu werden als bei Frauen. Alle Beziehungen sind heterosexuell. Homosexualität ist im Unterhaltungsprogramm tabu. Doppelt so viele Frauen wie Männer streben eine Ehe an, ein Zahlenverhältnis das auf den immer noch hohen Stellenwert der Ehe im Leben der Frau hinweist, auch wenn der Anteil an Frauen im Fernsehen, welche die Ehe zum Ziel haben, seit 1975 von 27.5% auf 16.3% gesunken ist (Küchenhoff, 1975).

Das Verhalten in erotischen Situationen ist bei beiden Geschlechtern geprägt durch Natürlichkeit und Selbstsicherheit, allerdings werden mehr Frauen als Männer naiv, schüchtern, kokett, passiv oder ablehnend gezeichnet. Männer sind dagegen häufiger dominant, fordernd oder berechnend. Eine Charakterisierung, die wiederum dem überkommenen gesellschaftlichen Stereotyp entspricht. Sexuelle Nötigung oder Gewalt tritt in den Sendungen des Programmsamples insgesamt selten auf. Auffallend dabei ist dennoch, daß lediglich eine Frau ihren Partner bedrängt, während insgesamt 12 Männer ihre Partnerin zu sexuellen Handlungen drängen bzw. zu zwingen versuchen. Diese Verteilung dürfte an der Realität orientiert sein, in der männliche sexuelle Gewalt bei weitem überwiegt.

### 3.10 Aggression und prosoziales Verhalten

Hinsichtlich aggressiven Verhaltens gilt im Fernsehen ebenfalls das traditionelle Geschlechterbild, wonach Frauen als weniger aggressiv als Männer gelten. Sowohl als Ziel wie auch als Verursacher aggressiven Verhaltens treten Männer häufiger in Erscheinung als Frauen. Allerdings sind im gegenwärtigen Fernsehprogramm, im Gegensatz zu Befunden früherer Studien (Gerbner, Gross, Eleey, Jackson-Beeck, Jeffries-Fox & Signoriellei, 1977), Frauen nicht für die Opferrolle prädestiniert. Sie sind nämlich ebenfalls seltener als Männer Opfer von psychischer oder physischer Aggression. Dies mag auch im Zusammenhang damit zu sehen sein, daß insgesamt weniger Frauen als Männer in den Sendungen auftreten. Aggressives Verhalten entsteht bei beiden Geschlechtern am häufigsten als Reaktion auf eine Handlung einer anderen Person und nur selten spontan oder geplant.

Insgesamt stellt aggressives Verhalten einen wesentlichen Bestandteil des Sendungsinhalts dar, 75.3% aller Charaktere wenden häufig instrumentelle Aggression an.

Prosoziales Verhalten wird von beiden Geschlechtern häufiger gegenüber VertreterInnen des anderen Geschlechts gezeigt als gegenüber den eigenen GeschlechtsgenossInnen. Die häufigsten prosozialen Verhaltensweisen der Fernsehcharaktere sind Freundlichkeit und Hilfe, die wiederum von Frauen häufiger als von Männern gezeigt werden. Im Gegensatz zu Aggressionen tritt prosoziales Verhalten insgesamt selten auf. Lediglich 14.0% aller RolleninhaberInnen verhalten sich häufig prosozial, wobei es sich dabei signifikant öfter um Frauen (26.6%) als um Männer (7.0%) handelt.

### 3.11 Sonstige Eigenschaften und Verhaltensweisen

In dieser Kategorie wurden zunächst die Persönlichkeitseigenschaften der RolleninhaberInnen erhoben. Sie erwiesen sich stark am gesellschaftlichen Geschlechterstereotyp orientiert. So verkörpern signifikant mehr Männer als Frauen den coolen, selbstzufriedenen, rationalen, durchsetzungsfähigen und dominanten Typ. Bei den Frauen dagegen sind die Eigenschaften freundlich, fürsorglich, offenherzig, natürlich und naiv signifikant häufiger vertreten.

Interesse für politische Belange bzw. gesellschaftliches Engagement nimmt bei den Fernsehcharakteren einen nur sehr untergeordneten Stellenwert ein. Lediglich bei 7.6% der Frauen und 16.0% der Männer ist im weitesten Sinne politisches Interesse vorhanden. Allerdings ist eine Tendenz zur stärkeren Auseinandersetzung mit politischen Belangen insofern erkennbar, als in den neueren Produktionen ein größerer Anteil an Frauen politisches Interesse äußert als in den älteren Sendungen. So stieg der Anteil politisch interessierter Frauen von 0% in den Produktionen der 70er Jahre auf 11.8% in den zwischen 1988 und 1990 entstandenen Sendungen. Der Anteil politisch interessierter Männer stieg ebenfalls, und zwar von 3.8% auf 17.2%. Insofern scheint politisches Engagement für die Charakterisierung beider Geschlechter an Bedeutung zu gewinnen.

Abschließend wurde für beide Geschlechter erhoben, ob ihre Charakterisierung, die Ausprägung ihrer Verhaltensweisen und ihres Erscheinungsbildes am gesellschaftlichen Idealbild von Weiblichkeit bzw. Männlichkeit orientiert ist. Diese Frage muß für 64.6% der Frauen und 84.1% der Männer bejaht werden. Damit entspricht zwar bei beiden Geschlechtern der überwiegende Teil dem herrschenden Stereotyp, allerdings läßt sich dennoch ein erstaunlicher hochsignifikanter Unterschied feststellen: Trotz aller Stereotypisierungen, mit denen die weiblichen Charaktere belegt werden, halten letztlich weniger Frauen als Männer an den überkommenen Normvorstellungen fest. Es scheint bei den Fernsehfrauen eine zwar langsame aber deutlichere Entwicklung weg vom ausschließlichen traditionellen Bild zu erfolgen als dies bei den Männern der Fall ist. Diese sind noch stärker in den ihnen von alters her zugewiesenen Rollen verhaftet. Dies mag damit zu tun haben, daß die überkommene Rollenverteilung für die männliche Hälfte der Menschheit mit vielen Vorteilen verbunden war, die aufzugeben oder auch nur abzuschwächen auch für die heutige Männergeneration noch nicht erstrebenswert erscheint.

## 4. Diskussion

Im Hinblick auf die Hauptfragestellungen der Untersuchung ergibt sich, daß in den Fiction-Sendungen des gegenwärtigen deutschen Fernsehprogramms ein zwar facettenreiches Frauen- und Männerbild gezeichnet wird, welches aber letztlich deutlich am Geschlechterstereotyp orientiert ist. Gleichzeitig ist es unzutreffend, vom Bild des Mannes oder der Frau zu sprechen, da beide Geschlechter in



einer Vielfalt von Rollen und Funktionen auftreten und mit den verschiedensten Eigenschaften und Verhaltensweisen ausgestattet sind. Die Betrachtung der Anteile von Frauen und Männern hinsichtlich der einzelnen Rollen und Eigenschaften macht jedoch deutlich, daß trotz der Vielfalt der Charaktere beide Geschlechter überwiegend mit den ihnen traditionell zugesprochenen Charakteristika ausgestattet werden. Dabei ist nicht lediglich die Charakterisierung weiblicher Rollen am Stereotyp orientiert, sondern es wird in weiten Bereichen ein ebenso traditionelles Männerbild propagiert.

Der Vergleich der vorliegenden Resultate mit den Ergebnissen früherer Erhebungen (Kotelmann & Mikos, 1981; Küchenhoff, 1975) führt zu der Schlußfolgerung, daß zwar in einigen Bereichen (beispielsweise hinsichtlich der Berufstätigkeit) von Weiterentwicklung, letztlich jedoch nicht von einer tiefgreifenden Veränderung der Frauendarstellung und – soweit feststellbar – auch der Charakterisierung von Männern gesprochen werden kann. Die Verweisung der Frau auf den zweiten Platz, welche sich in der Zuteilung von nachrangigen Positionen und Aufgaben sowie in der Ausstattung mit gesellschaftlich als negativ bewerteten Eigenschaften äußert, ist in den letzten zwanzig Jahren in weiten Bereichen unverändert geblieben.

Dieser Zweitrangigkeit in der Fernsehdarstellung stehen aber besonders für Frauen Veränderungen in der sozialen Realität gegenüber, die zumindest in der westlichen Gesellschaft eine Verbesserung und Ausdifferenzierung ihrer Lebensmöglichkeiten sowie wachsendes Problembewußtsein gegenüber Diskriminierungen erhoffen lassen. Diese gesteigerte Auseinandersetzung und Veränderung des Rollenverständnisses hat offensichtlich in das Fernsehen nur in eingeschränkter Weise Eingang finden können.

Dies gilt in ähnlicher Weise für das Bild des Mannes im Fernsehen. Bestrebungen, die zumindest in gesellschaftlichen Teilbereichen dahin gehen, den Mythos des dominanten Macho aufzudecken und zu verändern, finden in der Fernsehdarstellung praktisch keinen Niederschlag.

In diesem Zusammenhang sollen mögliche Ursachen und Konsequenzen der in weiten Bereichen stereotypen Charakterisierung von Frauen und Männern im Fernsehen und der Ausgrenzung realer Veränderungen betrachtet werden.

Sicher könnte als Ursache vermutet werden, daß die Programmgestaltung des Fernsehens den aktuellen Gegebenheiten hinterherhinkt. Hiergegen ist einzuwenden, daß Veränderungen im Rollenverständnis aber nicht erst in der jüngsten Zeit zu beobachten sind, sondern Ansätze zumindest seit den letzten zwanzig Jahren erkennbar sind (Bundesministerium für Jugend, Familie, Frauen, Gesundheit, 1989). Diese müßten, auch unter Berücksichtigung einer gewissen Zeitverzögerung, mittlerweile in die Fernsehdarstellungen integriert sein, was aber offensichtlich die Ausnahme ist.

Mehr Erklärungsgehalt scheint die These zu beinhalten, daß Medieninhalte anhand von Relevanzzuweisungen und auch eventuellen Wirkungsabsichten der Gatekeeper in den Medienorganisationen gestaltet werden. Die Überrepräsentation männlicher Produktionsmitarbeiter, besonders in den einflußreichen Positionen, die – sei es bewußt oder auch unreflektiert – ihre eigenen Ansichten oder

auch Wunschvorstellungen über das Geschlechterverhältnis einbringen, läßt eine am männlichen Weltbild ausgerichtete Programmgestaltung erwarten. Als Beleg hierfür ist auch die starke Verankerung der männlichen Fernsehcharaktere im gesellschaftlich höher geschätzten männlichen Stereotyp zu werten.

Letztlich scheint als Ursache der Stereotypisierung auch die Publikumsnachfrage selbst zu fungieren, durch deren weitgehende Berücksichtigung das Fernsehen zu einem konservativen Element in der Gesellschaft wird. Durch die Umgehung der Problematisierung von und Konfrontation mit bestehenden gesellschaftlichen Ungerechtigkeiten, durch die Darstellung einer in geregelten Bahnen verlaufenden heilen Welt, durch die Vermittlung von Sicherheit aufgrund der Bestätigung althergebrachter Wertvorstellungen kommt das Fernsehen den eskapistischen Tendenzen der RezipientInnen entgegen. In diesem Zusammenhang scheint der Kampf um Einschaltquoten eine nicht geringe Rolle zu spielen. Inhalte, die den Bedürfnissen des Publikums entgegenkommen, werden gehäuft rezipiert, wie am gesteigerten Unterhaltungsangebot und den Einschaltquoten der Privatsender unschwer zu erkennen ist.

Stellt man mögliche Wirkungen des Geschlechtsrollenbildes in den Vordergrund, so sind zum einen mögliche Auswirkungen auf die Selbsteinschätzung von Frauen zu diskutieren. Die Frauen- und Männerdarstellung ist in nahezu allen hier erhobenen Bereichen ungeeignet, gesellschaftliche Gegebenheiten zu hinterfragen oder sogar aufzubrechen. In den meisten Bereichen spiegelt sich im Fernsehbild das, was als gesellschaftliche Norm anerkannt ist, auch wenn es den Bedürfnissen und der Selbstverwirklichung der Frauen wenig dienlich oder sogar entgegengesetzt ist. Die gängigen Repräsentationen von Frauen im Fernsehen lassen eine Entwicklung weiblicher Subjektivität nicht zu. Sie dienen aufgrund der Reflexion männlicher Wünsche und Ängste nahezu ausschließlich der Suche nach männlicher Identität (Mühlen-Achs, 1990), die jedoch, nach den vorliegenden Resultaten zu urteilen, ebenfalls nur relativ geringe Spielräume für eine Rollenerfüllung offen läßt, die vom überkommenen Männlichkeitsideal abweicht. Für Frauen ist es angesichts der einseitigen Charakterisierung im Fernsehen nahezu unmöglich, mit Hilfe der symbolischen Fernsehmodelle zu einer positiven und selbstbewußten Sichtweise von sich selbst zu finden. In Ermangelung selbstbestimmter Modelle bleibt den Rezipientinnen letztlich nur die Identifikation mit dem stereotypen Bild abhängiger, gesellschaftlich unbedeutender Weiblichkeit.

Wenn schon für Erwachsene derartig tiefgreifende Effekte möglich sind, so erscheint die Auswirkung auf die kindliche Sozialisation noch weit ausgeprägter, da Kinder in weit stärkerem Maße nach Richtlinien für das Leben als „richtiger“ Mann und „richtige“ Frau suchen. Mädchen können abgesehen von wenigen Ausnahmen letztlich nur wählen zwischen der Einfühlung in den männlichen Helden oder der Identifikation mit nebensächlichen und unbedeutenden Frauenrollen. Beides läßt jedoch ausschließlich eine Identifikation im Sinne der herrschenden Ideologie von der männlichen Überlegenheit zu. Befunde, daß sich bereits kleine Mädchen gegenüber Jungen im Leben benachteiligt fühlen, erstaunen angesichts der Lernmodelle, die das Fernsehen anbietet, wenig (Engel & Hurrelmann, 1989; Nuber, 1992). Schon in der Kindheit wird hier der Grundstein für traditionelle

Rollenerwartungen gelegt, die dazu dienen, die bestehenden Verhältnisse im Sinne der Verankerung patriarchaler Machtstrukturen zu erhalten und auf die nachfolgende Generation zu tradieren. Die herrschenden Gruppierungen unserer Gesellschaft, die zum weit überwiegenden Teil durch Männer repräsentiert sind, wirken darauf hin, nicht etwa emanzipatorische Werthaltungen zu vermitteln, die bestehende Herrschaftsverhältnisse erschüttern könnten. Dementsprechend sollen vorgegebene, als selbstverständlich erscheinende Werte und Normen anerzogen werden und so die Verfestigung systemgerechten Verhaltens sichergestellt werden (Hillmann, 1989). Durch die vorliegenden Resultate wird der enorme Beitrag deutlich, den das Fernsehen durch sein gegenwärtiges Programm trotz einiger Ansätze zur Weiterentwicklung zur Stabilisierung des patriarchalischen Wertesystems leistet, ja, als das Massenmedium Nummer Eins ist es gegenwärtig als einer der wichtigsten Produzenten und Vermittler von Geschlechterideologien anzusehen, der als gesellschaftliche Sozialisationsinstanz eine Überwindung überkommener Rollenbilder eher behindert, anstatt sie zu fördern.

### Literatur

- Bandura, A. (1979). *Sozial-kognitive Lerntheorie*. Stuttgart: Klett-Cotta. (Original erschienen 1977: Social Learning Theory)
- Blum, L.M. (1982). Feminism and the mass media: A case study of The Women's Room as novel and television film. *Berkeley Journal of Sociology*, 27, 1-24.
- Blumschein, C. (1986). *Wie man(n) Frauen macht... . Das Fernsehen als Vermittler und Produzent von Geschlechterideologien*. München: Profil.
- Bosshart, L. (1988). Massenmedien im Urteil schweizerischer Frauenverbände. In L. Bosshart (Hrsg.), *Frauen und Massenmedien in der Schweiz. Eine Bestandesaufnahme* (61-73). Aarau: Sauerländer.
- Bundesministerium für Jugend, Familie, Frauen, Gesundheit (Hrsg.). (1989). *Frauen in der Bundesrepublik Deutschland* (4. Aufl.). Köln: Kölnische Verlagsdruckerei.
- Condry, J. (1989). *The psychology of television*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Ass.
- Cranach, M. von & Frenz, H.-G. (1969). Systematische Beobachtung. In C. F. Graumann (Hrsg.), *Handbuch der Psychologie*, Bd. 7-1 (269-331). Göttingen: Hogrefe.
- Eck, W. (1992). *Frauen- und Männerdarstellungen in Spielfilmen des Deutschen Fernsehens. Eine inhaltsanalytische Untersuchung*. Unveröff. Dipl. Arbeit, Universität Regensburg.
- Engel, U. & Hurrelmann, K. (1989). *Psychosoziale Belastungen im Jugendalter*. Berlin: de Gruyter.
- Externbrink, A. (1990). *Die Darstellung der Frau in der Fernsehserie LINDENSTRASSE*. Unveröff. Mag.Arbeit, Universität Köln.
- Faltenbacher, C. (1993). *Das Frauen- und Männerbild in Familienserien des Deutschen Fernsehens. Eine inhaltsanalytische Untersuchung*. Unveröff. Dipl.Arbeit, Universität Regensburg.
- Früh, W. (1981). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. München: Ölschläger.
- Gallagher, M. (1983). *Unequal opportunities. The case of women and the media* (2. Aufl.). Paris: UNESCO.
- Gerbner, G., Gross, L., Eleey, m.F., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S. & Signorielli, N. (1977). TV violence profile No 8: The highlights. *Journal of Communication*, 27, 171-180.
- Gerbner, G. & Signorielli, N. (1979). *Women and minorities in television drama 1969-1978*. University of Pennsylvania, Philadelphia: The Annenbaerg School of Communications.
- Hillmann, K.-H. (1989). *Wertewandel. Zur Frage soziokultureller Voraussetzungen alternativer Lebensformen*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Hilt, I. (1983). *Geschlechtsspezifische Sozialisation am Beispiel Kinderfernsehen*. Unveröff. Abschlußarbeit, Fachhochschule Regensburg.
- Hoffmann, H.-J. (1976). *Psychologie und Massenkommunikation. Planung, Durchführung und Analyse öffentlicher Beeinflussung*. Berlin: de Gruyter.
- Jennings, J., Geis, F.L. & Brown, V. (1980). Influence of television commercials on womens' self-confidence and independent judgement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 203-210.
- Jordan, P. (1982). *Das Fernsehen und seine Zuschauer. Einflüsse auf Meinungen und Vorurteile*. Frankfurt: Diesterweg.
- Kiefer, M.-L. (1991). Massenkommunikation 1990. *Media Perspektiven*, 4, 244-261.
- Kober, R. (1980). *Über die Darstellung von Geschlechterrollen in Deutschen Vorschul-Fernsehsendungen*. Unveröff. Dipl. Arbeit, Universität Hamburg.
- Komorek-Magin, A. (1993). *Geschlechtsrollendarstellungen in Kindersendungen des Deutschen Fernsehens. Eine inhaltsanalytische Untersuchung*. Unveröff. Dipl. Arbeit, Universität Bielefeld.
- Kotelmann, J. & Mikos, L. (1981). *Frühjahrsputz und Südseezauber. Die Darstellung der Frau in der Fernsehwerbung und das Bewußtsein von Zuschauerinnen*. Baden-Baden: bant.
- Krüger, U. M. (1991a). Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System. *Programmanalyse 1990. Media Perspektiven*, 5, 303-332.
- Krüger, U.M. (1991b). *Programme von heute mit Frauen von gestern?* Unveröff. Beitrag zur Fachtagung „Frauenbilder im Fernsehen“, 25.-27. September 1991 in Augsburg.
- Küchenhoff, E. (1975). *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Lissner, A., Süßmuth, R. & Walter, K. (1991). *Frauenlexikon. Wirklichkeiten und Wünsche von Frauen*. Freiburg: Herder.
- Lukesch, H. (1989). The relevance of culture-specific elements of TV-series for the process of cross-cultural understanding. In P. Funke (Ed.), *Understanding the USA. A cross cultural perspective* (241-267). Tübingen: Narr.
- Lukesch, H., Kischkel, K.-H., Amann, A., Birner, S., Hirte, M., Kern, R., Moosburger, R., Müller, L., Schubert, B. & Schuller, H. (1989), *Jugendmediestudie. Verbreitung, Nutzung und ausgewählte Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen*. Regensburg: Roderer.
- Mader, W. (1980). *Pädagogische Relevanz von Theorie und Realität der männlichen und weiblichen Geschlechtsrolle*. Frankfurt: Fischer.
- Media Perspektiven, 11/90. Statistik, 741-742.
- Merten, K. (1983). *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Merten, K. (1990). Unsere tägliche Wirklichkeit heute. Wie Medien die Kommunikation entfalten. In Deutsches Institut für Fernstudien (Hrsg.), *Funkkolleg Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit* (Studienbrief 5, 11-40). Weinheim: Beltz.
- Metzger, D. (1989). Emanzen sind doof: Der neue Konservatismus junger Frauen. *Psychologie Heute special: Thema Frauen – Lebensformen*, 16, 42-45.
- Morgan, M. (1982). Television and adolescent's sex role stereotypes: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 947-955.
- Mühlen-Achs. G. (Hrsg.). (1990). *Bildersturm. Frauen in den Medien*. München: Frauenoffensive.

- Nuber, U. (1992). Mädchen: Immer noch zuviel Anpassung. *Psychologie Heute*, 19, 66-71.
- Robinson, G.L. (1980). Das Image von Frau und Beruf im Wandel der Darstellung in den Medien. *Fernsehen und Bildung*, 14, 43-67.
- Schenk, H. (1979). *Geschlechtsrollenwandel und Sexismus. Zur Sozialpsychologie geschlechtsspezifischen Verhaltens*. Weinheim: Beltz.
- Schenk, M. (1987). *Medienwirkungsforschung*. Tübingen: Mohr.
- Schneider, C. (1993). *Das Frauen- und Männerbild in Dokumentarsendungen des Deutschen Fernsehens am Beispiel der Polit-, Wirtschafts- und Kulturdokumentationen*. Eine inhaltsanalytische Untersuchung. Unveröff. Dipl.Arbeit, Universität Regensburg.
- Signorielli, N. (1989). Television and conceptions about sex roles: Maintaining conventionality and the status quo. *Sex Roles*, 21, 341-360.
- Staab, J. F., Buchmüller, H., Gilges, M. & Winterling, G. (1987). Dissonante Stereotypisierung. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Frauendarstellung in „Brigitte“, „Neue Post“, „Emma“ und „Playboy“. *Publizistik*, 32, 468-480.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (1990). *Statistisches Jahrbuch 1990 für die Bundesrepublik Deutschland*. Stuttgart: Metzler-Poeschel.
- Stockard, J. & Johnson, M.M. (1980). *Sex roles. Sex inequality and sex role development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Tuchman, G. (1980). Die Verbannung von Frauen in die symbolische Nichtexistenz durch die Massenmedien. *Fernsehen und Bildung*, 14, 10-43.
- Weiderer, M. (1993). *Das Frauen- und Männerbild in Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTLplus*. Regensburg: Roderer.
- Winterhoff-Spurk, P. (1989). *Fernsehen und Weltwissen. Der Einfluß von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Winterhoff-Spurk, P. & Groebel, J. (1989). Empirische Medienpsychologie: einige allgemeine Vorbemerkungen. In J. Groebel & P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Empirische Medienpsychologie* (S. 1-6). München: Psychologie Verlags Union.
- Zemach, T. & Cohen, A.A. (1986). Perception of gender equality on television and in social reality. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 427-444.

*Anschrift der Verfasserin:* Dr. phil. Monika Weiderer, Wissenschaftliche Assistentin, Medizinische Psychologie an der Universität Regensburg, Universitätsstr. 31, D-93040 Regensburg.