

Sammelrezension Kinderfernsehheld(inn)en

Maya Götz (Hg.): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen: Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen

München: kopaed 2013, 880 S., ISBN 978-3-86736-285-6,
EUR 29,80

Maya Götz: TV-Hero(in)es of Boys and Girls: Reception Studies of Favorite Characters

Frankfurt: Peter Lang 2014, 466 S., ISBN 978-3-631-64709-7,
EUR 49,95

Bei der Beschäftigung mit Wirkung und Aneignung von Fernsehen bei Kindern und Jugendlichen kommt man seit einigen Jahren nicht um Maya Götz herum, deren Forschungsschwerpunkt die geschlechterspezifische Rezeptionsforschung im Bereich Kinderfernsehen darstellt. Sie leitet seit 2003 das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk, bei dem sie bereits seit 1999 als wissenschaftliche Redakteurin tätig ist. Das IZI unterstützt empirische Forschungsprojekte zu aktuellen Programmformaten, die die kulturelle sowie Alltagsbedeutung des Fernsehens für Kinder und Jugendliche untersuchen. In der hauseigenen Schriftenreihe *Edition TELEVISION* werden regelmäßig die Arbeits- und Forschungsergebnisse veröffentlicht. Aus dieser Reihe stammt die Publikation *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen*, welche sich nicht dazu eignet, sie linear und *en bloc* durchzuarbeiten. Die Herausgeberin nennt sie selbst in ihrem Vorwort mehrfach ein „viel zu dickes Buch“ (S.9), welches die

Ergebnisse der ein Jahrzehnt andauernden Forschung zusammenfasst und eher dazu gedacht sei, darin punktuell nachzulesen. Die Veröffentlichung kann somit durchaus als Handbuch mit Einführungscharakter gesehen werden.

Wie die Herausgeberin in der Einleitung feststellt, gehört Fernsehen zu den regelmäßigen und alltäglichen Freizeitbeschäftigungen von Kindern und Jugendlichen, was dazu führt, dass es „eine inhaltliche Leitfunktion in der Kinderkultur“ (S.12) übernimmt – gerade auch weil bei der Nutzung des Internets durch Kinder und Jugendliche es die Seiten der Kinderfernsehsender sind, die zu den meistbesuchten gehören (S.12). Dabei spielt die Kategorie Geschlecht stets eine zentrale Rolle, denn die Figuren des Kinderfernsehens „verkörpern Ideales und Typisches, erzählen, wie Mädchen und Jungen, Männer und Frauen ‚so sind‘ oder sein sollten“ (S.12). In der Publikation wird der Frage nachgegangen, welche Geschlechterbilder im Fernsehen etabliert (oder festgeschrieben) werden und welche Leitlinien sie damit für ein

Mädchen- oder Jungesein eröffnen. Der Band ist in sechs Teile gegliedert, was die Struktur der miteinander verbundenen Einzelstudien des Forschungsprojekts widerspiegelt. Der erste Teil konzentriert sich auf das Angebot an genderspezifischen Geschichten, die rund um Jungen und Mädchen im fiktionalen Kinderfernsehen erzählt werden. Es wird aufgezeigt, welches symbolische Material die Fernsehangebote den jungen Zuschauer_innen liefern, etwa zu den Themen Familie, Freunde und Konsumgesellschaft (vgl. Caroline Dalison, S.93-110; Dafna Lemish, S.139-154; Kara Chan, S.111-120). Maya Götz und Margit Herche gehen im Aufsatz „Wespentaille und breite Schultern“ (vgl. S.63-78) der Körperlichkeit von animierten Figuren nach, die den natürlichen Körpern der Kinder diametral entgegenstehen. Schwerpunkte bilden zudem die stereotype Konstruktion sowie die Sexualisierung von Mädchen- und Jungenbildern in Fernsehproduktionen (vgl. unter anderem Jeanne Prinsloo, S.79-92; Damien Spry, S.121-138).

Der zweite sowie dritte Teil der Studie widmen sich der Frage, wie diese mit dem angebotenen Material umgehen und präsentieren qualitative Studien zur Fernsehaneignung bei Acht- bis Elfjährigen (Teil II) sowie Pre-Teens und Jugendlichen (Teil III). Mit „Repräsentative Studien und Formatanalysen zu den Lieblingsfiguren der Kinder“ ist Teil IV überschrieben und eröffnet einen formatspezifischen Blick auf die Bedeutung der *Fernsehheld(inn)en* von Mädchen und Jungen. An dieser Stelle stehen ausgewählte Einzelanalysen im

Vordergrund der Betrachtung, darunter *SpongeBob Schwammkopf* (seit 1998; vgl. Maya Götz, S.619-644), *Prinzessin Lillifee* (seit 2004; vgl. Maya Götz und Julia Cada, S.679-702) sowie unter anderem *High School Musical* (2006) für die ältere Untersuchungsgruppe (vgl. Christine Bulla, S.703-726). In Teil V stehen die Produzent_innen der *Fernsehheld(inn)en* im Mittelpunkt der Betrachtung. Präsentiert werden die Ergebnisse aus geführten Interviews mit Fernsehmacher_innen. Christiane Hackl zeigt dabei auf, wie Kinderfernsehproduzent_innen ihre Filmfiguren sehen (vgl. S.763-778) und Dafna Lemish untersucht deren Gendervorstellungen (vgl. S.779-802). Die Beiträge geben einen interessanten Einblick in den Entstehungsprozess von kindgerechten Figuren und machen nicht nur deutlich, dass die Produzent_innen ihr Zielpublikum, eben Kinder und Jugendliche, sowie deren Lebenssituation und Alltagswelt durchaus ernst nehmen, sondern auch, dass sie oftmals die Möglichkeit, konservativ-stereotype Genderbilder zu durchbrechen, bewusst nicht nutzen.

Zum Schluss gelingt die Zusammenführung der Einzelteile. Es wird resümiert, dass Fernsehfiguren durchaus einen bedeutenden Einfluss auf die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen haben. Götz fasst zusammen, dass auch im Fernsehen, wie in der heutigen Gesellschaft, Geschlechtlichkeit stets bipolar konstruiert ist und in der Konsequenz Anerkennung für Mädchen stets eng mit Körperlichkeit verbunden sei, für Jungen hingegen mit Leistung. Es eröffnet sich demnach „ein sich selbst bestärkendes System

des ‚Doing Gender‘ mit stereotypen Angeboten“ (S.831). Abschließend wirft Götz einen Blick auf die Möglichkeiten einer geschlechtergerechten Erweiterung des Programms, weist aber sofort darauf hin, dass das nicht passieren wird, „weil Gender für (viele) Fernsehverantwortliche keine bedeutsame Kategorie ist“ (S.834) und auch „weil Menschen versuchen, sich selbst und ihre erarbeiteten (Macht-)Strukturen aufrechtzuerhalten“ (S.836).

Im vergangenen Jahr erschien Maya Götz' englischsprachige Monografie *TV-Hero(in)es of Boys and Girls: Reception Studies of Favorite Characters*. Bereits am Titel erkennt man die Nähe zur Herausgeberschrift. So steht auch hier die kindliche beziehungsweise jugendliche Aneignung von Fernsehfiguren im Vordergrund der Betrachtung. Das Forschungsprojekt umfasst 80 Einzel- und Fanstudien sowie geführte Interviews mit über 5.000 Kindern und Jugendlichen im Alter von acht bis zwölf Jahren. Anders als bei *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jun-*

gen handelt es sich jedoch nicht um eine internationale, sondern um eine rein auf Deutschland bezogene Untersuchung. Die Ergebnisse – sowie einzelne Teile und Fallstudien (etwa zu *Spongebob* und *Prinzessin Lillifee*) – decken sich jedoch sehr stark mit denen des deutschsprachigen Sammelbands.

Maya Götz gelingt es in beiden Publikationen, einen breiten Einblick in die empirische Fernsehprogrammforschung sowie die qualitative Inhaltsanalyse, bezogen auf *Fernsehheld(inn)en* von Kindern und Jugendlichen, zu geben. Die Untersuchungen sind breit und vielschichtig angelegt und zeigen jeweils auf, wie Mädchen und Jungen zu ihren *Fernsehheld(inn)en* stehen, welchen Nutzen solche parasozialen Beziehungen zu Fernsehfiguren für sie und ihre Identitätsentwicklung haben und was sie an den Figuren stört, ohne dabei die Sicht der Produzent_innen außer Acht zu lassen.

Monika Weiß (Marburg)