

Maya Götz

Schwarz, weiß oder türkisch?

Wollen Kinder und Jugendliche TV-Figuren mit dem gleichen natio-ethno-kulturellen Hintergrund?

Kinder und Jugendliche bestimmter Ethnizitäten suchen nach ihnen ähnlichen Figuren, z. B. wenn diese Ethnizität gesellschaftlich problematisiert wird. Die Figuren müssen sich positiv mit dem Thema auseinandersetzen.

Medienanalysen liefern ein relativ eindeutiges Bild: Das Fernsehprogramm in Europa, Afrika, Nord- und Südamerika wird von »weißen« ProtagonistInnen dominiert, d. h. von Figuren mit heller Hautfarbe und nordeuropäischer Abstammung.¹ Die Studie »Children's Television Worldwide« beispielsweise zeigte, dass sich etwa 72 % aller menschlichen Hauptcharaktere als »weiß« identifizieren lassen (Götz et al. 2008). Im deutschen Fernsehen sind Figuren mit deutlichem Migrationshintergrund eher die Ausnahme und zudem offensichtlich stereotypisiert (Echtermeyer/Schulz 2003; Müller 2005, vgl. auch Schiffer in dieser Ausgabe). An dieser Tatsache sind zwei Dinge grundsätzlich zu kritisieren:

- Erstens repräsentiert dies nicht die Realität. Fernsehen sollte bei aller kreativen Freiheit in einer Beziehung zur aktuellen Realität stehen und die zeigt ein sehr viel multikulturelles Bild, als es das Fernsehen liefert. Medien bieten eine »kulturelle Landschaft von Klasse,

Geschlecht, Sexualität, Ethnizität, »Rasse« und Nationalität« (Hall 1994, S. 180), doch was sind Landschaften, wenn bestimmte Teile ignoriert oder nur hochgradig stereotypisiert dargestellt werden?

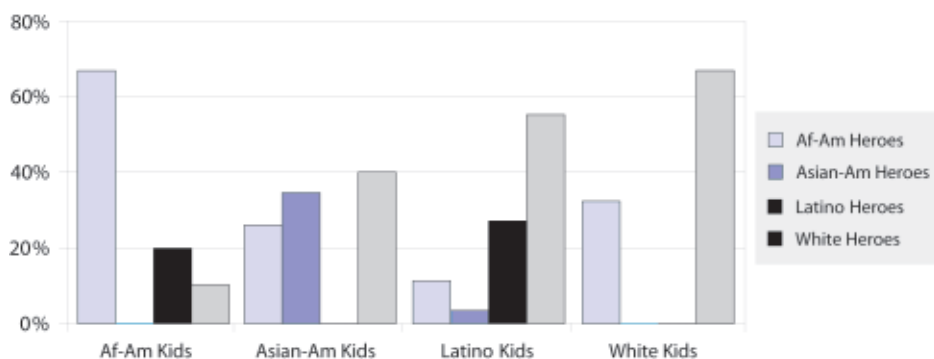
- Zweitens hat es eine Bedeutung für die Rezeption, das Weltbild und die Identität von Heranwachsenden, wenn sie sich und ihren kulturellen Hintergrund nicht auf dem Bildschirm repräsentiert finden. So schnell wir diesem »They deserve to see themselves on screen« zustimmen, so sehr bleibt doch die Frage im Raum stehen: Wollen Kinder und Jugendliche das eigentlich? Suchen sie Figuren mit demselben »natio-ethno-kulturellen Hintergrund«²? Die Ergebnisse von Roth und Terhart (in dieser Ausgabe) sprechen zunächst nicht unbedingt dafür, sind die Lieblingsfiguren doch im Prinzip dieselben wie die der deutschstämmigen Kinder. Elias und Lemish (in diesem Heft) liefern Argumente dafür, dass gerade neu zugewanderte Kinder viele Gründe haben, sich anzupassen und sich so in ihrer Programmauswahl auch mit ihren Figurenvorlieben angepasst zu verhalten. Es ist aber auch möglich, dass sich hier nur das Angebot widerspiegelt, in dem Figuren mit Migrationshintergrund nur eine marginalisierte Rolle spielen.

Bevorzugen Kinder und Jugendliche verschiedener Ethnizität eigentlich Fernsehfiguren mit demselben oder einem ähnlichen natio-ethno-kulturellen Hintergrund? Aus zwei US-amerikanischen Studien sowie einer internationalen IZI-Studie möchte ich hierzu einige Ergebnisse und Gedanken zusammenfassen.

Werden TV-Figuren mit gleichem natio-ethno-kulturellen Hintergrund bevorzugt?

Kristin J. Anderson und Donna Cavallaro (2002) befragten in Kalifornien 79 8- bis 13-Jährige mit unterschiedlichem natio-ethno-kulturellen Hintergrund. Die 4 größten Gruppen waren dabei »African-American«, »Asian-American«, »Latino« und »White«. Auf die Frage, wen die Kinder bewunderten, wer sie gern sein möchten oder wen sie einfach cool fänden, zeigten sich erstaunliche Unterschiede zwischen den einzelnen natio-ethno-kulturellen Gruppen (s. Grafik 1). Zunächst nannten nur 39 % der Asian-Americans Menschen, die sie persönlich kannten. Der weit größere Teil stammte aber aus den Medien. Bei den schwarzen (African-Americans) und den weißen (Whites) Amerikanern lag dieser Anteil bei über 64 %.

Bei den genannten Medienfiguren



Grafik 1: Ethnizität des TV-Helden/der TV-Heldin, die US-amerikanische Kinder als Medienvorbild angeben (Nachdruck mit freundlicher Genehmigung aus: *Childhood Education* 78/2002/3, S. 165)

zeigten sich dann weitere sehr deutliche Unterschiede (vgl. Grafik 1). African-Americans und Whites suchen sich zu 67 % Vorbilder mit der eigenen natio-ethno-kulturellen Herkunft. Unter den Asian- und Latino-Americans wählten viele auch weiße TV-Figuren (40 % bzw. 56 %). Kinder mit asiatischen Wurzeln nannten nur zu 35 % asiatische Figuren und 28 % der Latino-Americans wählten Latinas/os. Die Autorinnen sehen hier zwar immer noch ein großes Interesse an weißen Figuren, angesichts des eher marginalen Angebots an asiatischen (ca. 2,5 %) und Latino-Charakteren (6 %) (s. SAG) ist die Präsenz dieser Figuren in den genannten Vorbildern der Kinder jedoch enorm. Insofern ist hier die Aussage relativ eindeutig: Kinder suchen nach Medienfiguren derselben natio-ethno-kulturellen Herkunft.

In einer weiteren US-amerikanischen Studie werden diese Ergebnisse bestätigt. Hoffner und Buchanan befragten 208 Studierende nach ihren Lieblingsfernsehfiguren. 98 % der White Americans wählten weiße Charaktere, über 54 % der African-American-Studierenden wählten Figuren mit schwarzer Hautfarbe. In diesem Sinne sehen die Autorinnen sich in der Annahme bestätigt, dass »wahrgenommene Ähnlichkeit« hier in Bezug auf Ethnizität eine wichtige Rolle bei der Auswahl der Lieblingsfernsehfiguren spielt (Hoffner/Buchanan 2005).

Warum TV-Figuren mit demselben natio-ethno-kulturellen Hintergrund gesucht werden – oder auch nicht

Inhaltliche Gründe, warum bzw. warum nicht TV-Figuren mit demselben natio-ethno-kulturellen Hintergrund zu Lieblingsfiguren werden, sind sicherlich sehr vielfältig und zum jetzigen Zeitpunkt nur in Ansätzen zu klären. Zum einen ist es eine Frage des Angebots, das nur eine sehr beschränkte Auswahl an entsprechenden Figuren und Geschichten zur Verfügung stellt. Es sind aber auch hoch individuelle Faktoren, warum eine Figur mit diesem oder jenem natio-ethno-kulturellen Hintergrund gewählt wird.

In ethnografisch orientierten Fallstudien in New York, München, Bangalore und Johannesburg ging das IZI in Kooperation mit internationalen Partnerinnen der Frage nach, wie Medien zur Alltagsbewältigung und Identitätskonstruktion bei 14- bis 15-Jährigen eingesetzt werden.³ Erwartungsgemäß unterscheiden sich die lebensweltlichen Bedingungen der Befragten in den Einzelfallstudien. Die lokalen bzw. kulturellen Kontexte beruhen auf zum Teil sehr spezifischen Bedingungen in Bezug auf Gender, Ethnizität und sozioökonomische Verhältnisse. Dennoch zeigt sich auch hier die grundsätzliche Tendenz, dass die Jugendlichen TV-Cha-

raktere bevorzugten, die ihnen ähnlich sind – auch hinsichtlich des natio-ethno-kulturellen Hintergrunds.

Dies trifft zum einen auf die Jugendlichen zu, die der dominanten Ethnizität/Gesellschaftsgruppe angehören. Bei den südafrikanischen Jugendlichen beispielsweise interessiert sich der im Wohlstand aufwachsende weiße Jason (»I am privileged in many ways, I don't worry about many

things«) für Schauspieler wie Johnny Depp oder den jungen (weißen) Superman in *Smallville*. Der (weiße) Dennis aus New York findet die (weiße) Figur Ryan aus *O. C. California* ausgesprochen interessant, da sie sich – wie er – mit der Beherrschung von Gewalt auseinandersetzen muss. Martina und Verena aus Süddeutschland haben Lolle (*Berlin, Berlin*) zu ihrer Lieblingsfigur erklärt, weil sie ganz ähnliche Erfahrungen wie sie macht.

Die Bevorzugung von Fernsehfiguren mit demselben ethnisch-kulturellen Hintergrund findet sich aber auch bei jenen, die der nicht dominanten Gruppe angehören und genau dies auch im Fernsehen suchen. Hierzu zwei Beispiele:

Bongani: Unter schwierigen Bedingungen Gutes tun

Bonganis Leben im Township in Soweto/Johannesburg ist von Armut und Gewalt dominiert: »We are poor, we are 10 people living in one shack, and my mother is the only one working.« Sein tägliches Leben in der harten Realität von Soweto ist von der Sorge ums Überleben und dem Bemühen um eine positive Zukunftsperspektive geprägt. Gleichzeitig entwickelt er einen starken Gemeinschaftssinn. Zusammen mit seinen Freunden hat er die Gruppe der »Survivors« gegründet, die gemeinsam Spaß haben und versuchen, in ihrem Umfeld Gutes zu tun, indem sie anderen helfen, z. B. Gemüsebeete an-

legen und bewässern, Schutt räumen oder die Wellblechhütten verschönern.

Im Fernsehen bewundert er u. a. den schwarzen Moderator Siphon von *Yo TV*, denn dieser ist respektvoll, selbstbewusst und gewandt im Umgang mit anderen («He is not shy and he can talk to anybody»). Der Moderator Siphon verkörpert Bongonis Ideale für eine bessere Zukunft in Johannesburg. Dass Siphon schwarz ist und aus ähnlichen Verhältnissen kommt, ist für Bongani dabei selbstverständlich (vgl. Bulbulia 2006).

Tia: Sich als schwarze junge Frau selbstbewusst inszenieren

Tia, eine afro-amerikanische New Yorkerin, erzählt von ihrer Lieblingsfigur, der alleinerziehenden Mutter Nikki aus der afro-amerikanischen Sitcom *The Parkers*. Tia schätzt die Schauspielerin Mo'Nique generell, weil sie trotz ihrer Leibesfülle («a big girl») selbstbewusst und bodenständig zielstrebig ihren Weg geht: »[Nikki] makes it seem like you could do whatever, and she's a woman, too.« Tia selbst ist eigentlich schlank und inszeniert sich auf den Fotos zu ihrer Lebenswelt als selbstbewusste junge Frau, die stolz auf ihren Körper ist (s. Abb. 1). Die Medienfigur ist für sie symbolisches Material, das ihr eine



Abb 1: Die 15-jährige Tia bei sich zu Hause

Perspektive liefert, dass sie auch mit einem Körper, der weder weiß noch übermäßig schlank ist, ihren Weg selbstbewusst gehen kann (vgl. Fisherkeller/Freud 2006).

Dass die Protagonistin dabei afro-amerikanischer Abstammung ist und dies mit Stolz inszeniert, ist eine Grundvoraussetzung, denn genau diese gemeinsame Situation, eine schwarze Frau zu sein, ist es, mit der Tia sich zurzeit auseinandersetzt.

Liebblingsfiguren mit einem anderen ethno-kulturellen Hintergrund

Anhand der Falluntersuchungen lassen sich aber nicht nur Ideen entwickeln, warum eine Figur mit demselben ethno-kulturellen Hintergrund attraktiv ist, sondern auch, warum Jugendliche auch andere Figuren wählen.

Shawanna: So sollte eine Mutter sein

Auch Shawanna aus New York, die sich selbst als schwarz bezeichnet und bei ihrer Großmutter aufwächst, hat eine Lieblingsfernsehfigur, die nicht ihrer eigenen Hautfarbe entspricht: die jugendlich anmutende Mutter Lorelai aus der Serie *Gilmore Girls*. Sie ist, so Shawanna, eine »Freundin-Mutter«, so gar nicht wie ihre eigene Mutter, die sie im Kleinkindalter verlassen hat.

Das Thema des »Verlassen-« und »Im-Stich-gelassen-Werdens« von der eigenen Mutter steht für Shawanna im Vordergrund. Lorelai Gilmore und die Beziehung zu ihrer Tochter Rory ist das symbolische Material, mit dem sie die fehlende Zuwendung ihrer Mutter parasozial bearbeitet. Das individuelle Thema »Verlassen-Sein« von der Mutter und die Entwicklung einer Idealvorstellung von Mutter-Sein stehen hier vor der Identitätsverhandlung, schwarz zu sein. Nichtsdestotrotz bleibt offen, ob eine Serie mit einer ähnlichen Mutter-

Tochter-Thematik, aber mit afro-amerikanischen Schauspielerinnen und einem entsprechenden sozialen Kontext, nicht sogar noch attraktiver gewesen wäre (vgl. auch Fisherkeller/Freud 2006).

Nazan: Als Frau anerkannt sein

Nazan ist eine Migrantin der 2. Generation aus Bayern. Sie besucht die Hauptschule, doch das ist eher nebensächlich für sie, denn wichtiger sind Freundschaftsquaden und die Anerkennung durch Jungen, ohne dabei als »Flittchen« zu gelten.

Nazan bezeichnet die Türkei als ihr Heimatland, in das sie nach der Schule wieder zurückkehren will. Eine konkrete Vorstellung von dem Land oder dem Alltagsleben dort hat sie nicht. Was Türkischsein für Nazan vor allem bedeutet, ist die Zugehörigkeit zu einer Gruppe. Dies ist ihre Familie, die sie als liberale, nicht religiöse türkische Familie beschreibt. Es ist aber vor allem ihre Clique und die türkische Community im Jugendzentrum. Hier lassen sich leicht Kontakte knüpfen: »Und die sprechen mich an, (und dann) sagen sie: ›Ja hey, woher kommst du?‹ Dann sag ich: ›Türkin‹. Das ist auch ein Vorteil für mich. Dann sagen sie: ›Hey cool! Du bist, du kommst aus unserem Land. Du bist cool.« Innerhalb der eigenen Community erfährt Nazan ihre ethnische Identität als etwas Positives, etwas, das sie begehrenswert macht und wodurch sie dazugehört.

Nazan sieht sehr gern fern und hat mehrere Lieblingsserien, darunter *King of Queens*, *Die Simpsons* oder die türkische Serie *Europa Jakasin*. Ihre absolute Lieblingsserie ist jedoch *Friends*, auch wenn sie im Moment nicht mehr läuft. Sie schwärmt für Phoebe, weil sie »ein bisschen verrückt, aber das ist total lustig« und »auch so klug (ist), eine intelligente, witzige Frau und deswegen, das gefällt mir so«. Für Nazan ist Phoebe ein Abbild der perfekten Frau, sie ist »eigentlich perfekt ... man kann an

ihr nichts ändern.« Mit Phoebes Eigenschaften und Talenten würde es sich auch in Nazans Welt gut leben lassen: mit perfektem Aussehen, was die Anerkennung als Frau sichert; mit Humor und Witz sowie einem Schuss an Verrücktheit, wodurch sie ihre Freunde und andere in Schach halten und sich so durchsetzen kann. Das Türkischsein ist für Nazan nicht problematisch, sondern etwas, was Zugehörigkeit und Attraktivität bietet. Probleme – etwa bei der Umsetzung ihres Berufswunsches Stewardess nach der erfolgreichen Lehre zur Einzelhandelskauffrau – oder eventuelle zukünftige Auseinandersetzungen bei einer Rückkehr in die Türkei, sind für sie nicht relevant und darüber denkt sie nicht nach. Ihr geht es um das Hier und Jetzt in der Clique. Da liefert eine schöne idealtypische US-Amerikanerin, die aber ihren eigenen Weg in der Clique geht und auch mal Grenzen überschreitet, mehr Material. Sicherlich könnten auch andere Schauspielerinnen oder Figuren diesen Part übernehmen – eine problemzentrierte Figur, die sich etwa mit der schwierigen Situation von MigrantInnen in Deutschland auseinandersetzt, wäre für Nazan derzeit aber weniger interessant.

Fazit: Identität und Ethnizität der Figur

Die Ergebnisse sprechen dafür, dass Jugendliche ihre Lieblingsfiguren durchaus entsprechend ihrer eigenen Ethnizität auswählen, sofern ihnen das Angebot dafür zur Verfügung steht. Das Muster, das sich in den Falluntersuchungen zeigt, ist in einer Reihe von Fällen: Die Zugehörigkeit zu einer hierarchisch niedrigeren Gruppe und die Erfahrung von Abwertung und Begrenzung gehen mit der Suche nach einer entsprechenden anerkennenden Symbolisierung dieser Situationen und deren positiver Bewältigung einher. Oder einfacher

ausgedrückt: Erfahren sich Jugendliche aufgrund ihrer natio-ethno-kulturellen Zugehörigkeit als abgewertet oder sind sie in schwierigen Situationen, die eng mit ihrer Ethnizität bzw. ihrem Migrationsstatus zusammenhängen, suchen sie nach Fernsehfiguren und Geschichten, die dies widerspiegeln und eine positive Auseinandersetzung zeigen.

Erfahren sie den eigenen Status nicht in erster Linie als Abwertung, ist es anscheinend leichter, sich auch ganz anderen symbolischen Materials zu bedienen. Stehen andere Themen als die Bedeutung der eigenen natio-ethno-kulturellen Zugehörigkeit im Vordergrund, suchen sie nach Material, eben jene Themen zu bearbeiten. Inwieweit Angebote mit Figuren des eigenen natio-ethno-kulturellen Hintergrunds hier attraktiver wären als z. B. eines US-amerikanisch weißen, kann derzeit aufgrund des mangelnden Angebots nicht geklärt werden.

Denn leider gibt es nur wenige Angebote, die grundlegend positiv und völlig selbstverständlich mit dem Thema umgehen und Figuren mit nicht dominantem ethno-kulturellen Hintergrund nutzen. Meist herrscht zumindest im hiesigen Umgang mit dem Thema die Tendenz zur Problematisierung. Damit werden auch ganz wichtige Aspekte verpasst, denn eine andere als die dominante Ethnizität bietet eine ganze Palette von Projektionsflächen von sehr allgemeinen Erfahrungen von Abwertung und erfahrener Stereotypisierung bis hin zu Mut und Durchsetzungskraft, Freude am »Andersein« etc. In diesem Sinne geht es nicht nur darum, Menschen mit anderem als dem dominanten natio-ethno-kulturellen Hintergrund symbolisches Material anzubieten, sondern auch die Chancen von Figuren und Geschichten zu erkennen, die nicht nur mit den bekannten Gesichtern der dominanten Ethnizität besetzt werden. ■

ANMERKUNGEN

- ¹ Im asiatischen Raum ist die Anzahl von Hauptcharakteren mit asiatischen Kennzeichen deutlich höher, dennoch bleiben nordamerikanische Programme auch hier in vielen Ländern dominant.
- ² Begriff nach Mecheril 2004, vgl. auch Roth/Terhart in dieser Ausgabe.
- ³ Unter der wissenschaftlichen Leitung von Dr. Maya Götz. Projektleitung in den einzelnen Ländern: M. Götz/P. Strohmaier (München), J. Fisherkeller (New York), D. McMillin (Bangalore) und F. Bulbulia (Johannesburg).

LITERATUR

- Anderson, K. J.; Cavallaro, D.: Parents or pop culture? Children's heroes and role models. In: *Childhood Education*, 78/2002/3, S. 161-168.
- Bulbulia, F.: Hautfarbe, Klasse und Fernsehvorlieben. Jugendliche in Südafrika – vier Fallbeispiele. In: *TelevIZion*, 19/2006/1, S. 50-52.
- Echtermeyer, K.; Schulz, I.: »Türkische Machos« und »kriminelle Ausländer« – der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen. In: *Medienimpulse*, 12/2003/46, S. 24-29.
- Fisherkeller, J.; Freud, Z.: »Sie ist keine richtige Mutter«. Wie Jugendliche in New York Geschlechterrollen mit dem Fernsehen verhandeln. In: *TelevIZion*, 19/2006/1, S. 45-47.
- Götz, M. et al.: Gender in children's television worldwide. Results from a media analysis in 24 countries. In: *TelevIZion*, 21/2008/E, S. 4-9.
- Hall, S.: *Rassismus und kulturelle Identität*. Hamburg: Argument Verlag 1994.
- Hoffner, C.; Buchanan, M.: Young adults' wishful identification with television characters: The role of perceived similarities and character attributes. In: *Media Psychology*, 7/2005/4, S. 32-351.
- McMillin, D.: »Wenn wir aufhören, uns zu fürchten ...«. Jugendkultur, Gender und Fernsehen in Indien. In: *TelevIZion*, 19/2006/1, S. 39-43.
- Mecheril, P.: *Einführung in die Migrationspädagogik*. Weinheim u. a.: Beltz 2004.
- Müller, D.: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Geißler, R.; Pöttker, H. (Hrsg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld: transcript 2005, S. 83-126.
- SAG: http://www.sag.org/files/documents/03_casting_datarpt%20eth1.pdf

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und des Prix Jeunesse International, München.

