

Hauptsache politisch korrekt?

Der Wahlherbst steht vor der Tür, die Weichen für eine faire und unterschiedliche Repräsentation von Frauen und Männern in der Berichterstattung müssen gestellt werden. Eine von der SRG finanzierte Studie zu den Wahlen 1999 belegte, dass vor allem bei SF DRS Kandidatinnen nicht angemessen zum Zug gekommen sind. Die Eidgenössische Kommission für Frauenfragen sowie Comedia und SSM haben am 7. März eine Impulstagung zum Thema durchgeführt.

„Die Darstellung der Geschlechter in den Medien sowie das Medienverhalten von Frauen und Männern folgen Klischees, die mit einer anerzogenen Rolle zu tun haben. Medien vermitteln nicht nur Informationen, sondern auch Leitbilder und Bewertungen. Sie prägen, verändern oder verfestigen gesellschaftliche Vorstellungen und Einstellungen“. So der Einstieg von Roger Blum, Professor für Medienwissenschaft, der das einleitende Referat hielt. „So oder so muss das Bewusstsein weiter wachsen, dass Politik und Medien immer noch männlichen Regeln gehorchen. Vermehrte Forschung kann einen Beitrag leisten, damit das Bewusstsein für solcherart herrschende Verhältnisse geschärft wird.“

Einen Beitrag zur Verbesserung dieses Missverhältnisses leistet die Studie ‚Eidgenössische Wahlen 1999‘, kommentiert von Autorin Bettina Nyffeler, Sozialwissenschaftlerin BAKOM. Die Studie belegt, dass Kandidatinnen in der Wahlberichterstattung 1999 untervertreten waren. Auffallend: Gesamtschweizerisch schneidet das

Radio (31% Redezeit der Kandidatinnen) im Vergleich zum Fernsehen (lediglich 18%) besser ab. SF DRS glänzt mit der höchsten Untervertretung von 12 Prozent. Ein Überblick über die Unternehmenseinheiten der SRG SSR (ohne kommerzielle Sender):

Sender	Wahlkandidatinnen	Redezeit TV	Präsenz am TV
SF DRS	35 %	23 %	- 12 %
SR DRS	35 %	31 %	- 4%
TSR	36 %	29 %	- 7%
RSR	36 %	37 %	+ 1%
TSI	16 %	11 %	- 5%
RSI	16 %	21 %	+ 5 %

Erst denken, dann handeln

Auf die ernüchternden Zahlen folgte das Referat von Dagmar Skopalik, Leiterin Allgemeine Auslandsbeziehungen im ZDF: Anschauliche Beispiele zeigten, wie Screening Gender realisiert werden kann, und wie die Wirklichkeit ohne Gender am Bildschirm noch heute stattfindet. Dazu ein Filminterview mit einer Dokumentarfilmerin: „Frauen müssen sich wohl fühlen. Wenn sie am Bildschirm nicht gut rüberkommen, bin ich nicht gut genug gewesen. Frauen haben eine gute Geschichte zu erzählen. Es ist nicht interessant, das ‚Einfachste‘ zu zeigen, oder jemanden, der immer eine Antwort weiss. Interessantes Fernsehen bedeutet, Geschichten von Frauen zu bringen.“ Werden Redaktionen zur einseitigen Darstellung befragt, so heisst es laut Dagmar Skopalik zunächst oft: „Das ist halt so, es gibt dazu keine Frauen.“ Auf den zweiten Blick: „Ah ja, es gäbe da noch diese erfolgreiche oder spannende Frau.“ Und auf den dritten Blick: „Das habe ich mir gar nicht überlegt.“

Studie zu den Eidgenössischen Wahlen 1999

Der Austausch zwischen der SRG SSR und der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen (EKF) hat bereits Tradition. Seit mehreren Jahren treffen sich die Medienverantwortlichen mit leitenden EKF-Mitgliedern, um Massnahmen zur Realisierung der Gleichstellung von Frau und Mann in den Medien zu diskutieren. Konkreter Anlass für die Kontakte waren die ersten Untersuchungen über die Medienpräsenz von Kandidatinnen bei den eidgenössischen Wahlen von 1991 und 1995, die von der EKF durchgeführt worden sind. **Beide Studien zeigen, dass die Medien den Frauen den Weg ins Parlament eher erschweren als ebnen.**

Auf Vorschlag der EKF erklärte sich die SRG bereit, im Rahmen eines umfassenden Forschungsprojekts eine geschlechtsspezifische Analyse der Medienpräsenz von Frauen und Männern bei den Wahlen 1999 vorzunehmen. Die gemeinsame Publikation setzte Zeichen: Die Gleichstellung von Frau und Mann ist kein ausschliessliches „Frauenthema“ mehr. Untersucht wurde in allen Sendeformaten, wann, wie oft und wie lange Frauen und Männer von verschiedenen Parteien am Bildschirm oder am Radio sich zu Wahlthemen äussern konnten. Untersucht wurde ferner, wie oft Frauen von Männern unterbrochen wurden und umgekehrt.

Tatsache sei, dass Männer nach wie vor anders dargestellt würden: Bei ihnen werde meistens die Kompetenz in einem Arbeitszimmer unterstrichen, bei Frauen die Menschlichkeit in einem lieblichen Ambiente. „Dies ergibt automatisch eine Rollenverteilung.“

Auch würden Frauen in der Regel weniger differenziert dargestellt und auch weniger formell angesprochen. „Zu berücksichtigen ist aber auch, dass Frauen eine andere Kommunikation haben als Männer,“ betont Dagmar Skopalik, „dies zeigt uns die Gesprächs- und Kommunikationsforschung deutlich.“ Frauen beantworten Fragen anders. Programmschaffende sollten sich vor einem Interview fragen, mit wem sie es führen. Werde diese Strategie verfolgt, verbessere sich das Ergebnis. „Auch können nicht alle Personen in jeder Situation oder Umgebung gleich gut reden.“ Eine andere Umgebung könne im Interview zu anderen Resultaten führen.

Das Geschlecht – ein Detail

„Frauen müssen aber auch Strategien entwickeln, wie sie sich darstellen und wie sie antworten wollen.“ Selbstverständlich seien Fragen über die Kleidung nicht zu verurteilen, ungerecht sei aber, dass Männern und Frauen nicht die gleichen Fragen gestellt würden. Wie ein Filmausschnitt zeigt, sind allerdings auch Männer mit Stereotypen konfrontiert: Ein Radrennfahrer wird ungläubig befragt, ob er tatsächlich nicht Profi werden wolle, weil er Hausmann sei. Und weiter: „Ja, dann kochen und putzen Sie auch?“

Auch Kamerafrauen und –männer sind gefordert, meint Fachfrau Skopalik: „Kameramänner sind in der Regel grösser als Frauen, was bei Frauen oft zur Vogel-, bei Männern zur Froschperspektive führt.“ Diese Perspektive findet vor allem im Newsbereich statt, wo der Zeitdruck im Vordergrund steht. Die Folgen dieser Darstellung auf die Publikumswirkung sind nicht zu unterschätzen.

Einen Einblick in die Printmedien der Romandie gab an der Tagung Sylvie Durrer, Dozentin für Linguistik, die der Presse eine wichtige Rolle bei der Entstehung von Bildern zusprach. Es sei nicht die Natur, welche die Frau daran hindere, ein hohes politisches Amt auszuüben, sondern viel mehr der Gedanke, wie diese Ämter bis anhin geführt wurden. So werde die Rolle der Frau reduziert auf ein armseliges Muster. Details wie Frisur und Kleidung seien wichtiger als ihre Funktion. „Ein Mann ist in erster Linie Politiker und dann Mann – bei der Frau ist es umgekehrt.“ Weitere Beispiele: Ein Mann hat Charisma, eine Frau eine Aura. Und werden bei Männern Literaten zum Vergleich benutzt, so reicht es bei den Frauen gerade mal zu Märchenfiguren. „Massgebend,“ fordert Sylvie Durrer, „sollten nicht das Geschlecht, sondern die kulturellen, politischen oder sozialen Aspekte sein.“

Chiara Simoneschi-Cortesi und Enrico Violi, Präsidentin und Vizepräsident der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, erläuterten die Empfehlungen zu den eidgenössischen Wahlen 2003 (siehe 13 Empfehlungen für Medienschaffende) und hielten fest: „Von Demokratie kann keine Rede sein, solange Frauen und Männer nicht gleiche Rechte haben - in Politik, Bildung, Gesellschaft und Arbeit.“ Chiara Simoneschi-Cortesi betonte: „Wichtig ist, dass der kulturelle Wandel der Rollen von Frau und Mann in allen Sendungen das ganze Jahr umgesetzt wird.“

tanz. Aufgabe einer Sendeanstalt ist es, einem breiten Spektrum von ZuschauerInnen gerecht zu werden. Screening Gender ist daher auch ein Schlüssel zum Erfolg!

Screening Gender in der Weiterbildung

Sechs öffentlich-rechtliche Sender in Europa (Finnland, Schweden, Holland, Dänemark, Norwegen und Deutschland) haben innerhalb des Projekts Screening Gender ein Schulungspaket zusammengestellt: Auf der Basis empirischer Untersuchungen werden illustrative Programmbeispiele für gängige Rollendarstellungen ausgewählt und alternative Ansätze bei der Programmgestaltung aufgezeigt. Das Schulungspaket richtet sich an Medienprofis, eignet sich aber auch als Ausbildungsinstrument im Bereich Journalismus und Kommunikation sowie für Verbände und Organisationen, die sich mit Medienfragen auseinandersetzen. Bestellungen an:

ZDF
Aus- und Fortbildung
Screening Gender
55100 Mainz

Weitere Informationen:

www.yle.fi/gender
www.meervananders.nl

Screening Gender: ein Muss!

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Aufsplitterung des Publikums ist eine differenzierte und faire Rollendarstellung von entscheidender Bedeutung für eine qualitätsorientierte Programmgestaltung sowie für eine höhere Publikumsakzeptanz.

Blinde Flecken bei Chefredaktor Haldimann

Den Abschluss der Impulstagung für Medienschaffende in Bern bildet eine Podiumsdiskussion, moderiert von Sabine Bitter, SR DRS, mit:

- **Ueli Haldimann**, Chefredaktor SF DRS

- **Peter Haerle**, Ressortleiter Zürich und Region beim Tages-Anzeiger

- **Cristina Savi**, Bundeshausjournalistin Radio Svizzera Italiana

- **Agnes Wüthrich**, Bundeshausredaktorin Le Temps.

Keiner der Podiumsteilnehmenden kann die einleitende Frage von Sabine Bitter nach einem Konzept für die nächste Wahlberichterstattung mit einem Ja beantworten. Agnes Wüthrich von Le Temps führt aus: „Es gibt bei uns in der Redaktion keine besonderen Anliegen zu diesem Thema. Es schockiert aber, dass auf einer Liste von zwölf Politikern, welche für einen Bericht in Frage kommen, nur Männer vorhanden sind. Man muss die Parteien regelrecht drängen, dass sie auch Frauen vorschlagen. Bei der Themenauswahl ist es nach wie vor so, dass Männer öfter als Frauen als Spezialisten/Experten befragt werden. Im Gegenzug werden Themen wie Abtreibung eher von Journalistinnen angegangen. Es ist nicht so, dass Männer nicht fähig wären, über dieses Thema zu sprechen oder schreiben – es wird lediglich Frauen überlassen, weil man davon ausgeht, dass eine Frau näher dran ist.“

Würde contra Fakten

Und SF DRS? Ueli Haldimann erstaunt an der Tagung mit Ignoranz: Die ganze Diskussion komme ihm ein bisschen nostalgisch vor und er fühle sich in die 70er Jahre zurückversetzt. Wir befin-

den uns nicht mehr in einer Zeit, wo mit Stoppuhren gekämpft wird.“ Auch sei es weder die Aufgabe von SF DRS, den Frauenanteil im Parlament zu vergrössern, noch dafür zu sorgen, dass die Parteien vermehrt Frauen an die Wahlsendungen delegierten. Seiner Ansicht nach verstosse dies gegen den bundesrätlichen Auftrag und die Bundesverfassung. Der Gleichstellungsartikel in der Bundesverfassung scheint da kein Gewicht zu haben. "Dort, wo wir können, werden wir dies beeinflussen, das ist selbstverständlich“. Doch sei es unter seiner Würde, darüber zu diskutieren!

Blinde Flecken – auch beim TV

Dies angesichts der Tatsache, dass ExpertInnen an der Tagung mit Zahlen und Fakten belegt hatten, dass SF DRS bei den Wahlen 99 die Kandidatinnen nur ungenügend ins Bild gerückt hatte: bei 35% Kandidatinnen nur 23% Repräsentanz. Da stellt sich die Frage, für wen die SRG die oben erwähnte Studie eigentlich finanziert hat. Zitat Armin Walpen aus dem Vorwort der Studie: „Zum einen bildet eine systematische und kritische Auseinandersetzung mit den Programmleistungen der SRG SSR idée suisse die Voraussetzung für die Erreichung unserer Ziele in Bezug auf Qualität und Professionalität. Zum anderen ist die Präsenz von Frauen in der Öffentlichkeit immer noch keine Selbstverständlichkeit und muss deshalb von einem Medienunternehmen im Dienste des Service Public besonders aufmerksam behandelt werden. Vor blinden Flecken ist jedoch niemand gefeit.“

Blinde Flecken sind offensichtlich Haldimanns Sorge nicht. Obwohl er es offenbar unterlassen hat, sich ins Thema zu vertiefen, - getreu

dem Motto „Wer interessiert sich schon für Gender?“ - muss die Diskussion unterbrochen werden, damit Fachexpertinnen ihm die Zahlen erläutern können. Mit den Fakten konfrontiert, behilft er sich mit dem Statement: "Bei den Wahlen 1999 war ich noch nicht Chefredaktor." Erst als massive Kritik auf ihn niederprasselt, verspricht er, sich zu bemühen, bei den kommenden Wahlen Kandidatinnen vermehrt ins Bild zu bringen. Man darf auf die nächste Analyse der Wahlberichterstattung gespannt sein! Eines ist sicher: Chefredaktor Haldimann hat mit seinen Voten gezeigt, warum Gleichstellung bei SF DRS einen schweren Stand hat.

Wegen Haldimanns Haltung verkommt die Podiumsdiskussion beinahe zur Farce. Agnes Wüthrich ist höchst erstaunt über den Verlauf der Diskussion: „Ich verstehe nicht, was wir momentan hier tun? Die Referate am Vormittag waren sehr interessant und nun veranstalten wir ein Podium, das nichts bringt... Tatsache ist: Die Medien widerspiegeln nicht immer die Realität. Wollen wir nicht endlich einmal reflektieren, was wir tun?“

Pingpong der Mächte

Auch auf die Frage, wie die Fernsehanstalten die Präsenz der Frauen intensiver gestalten könnten, folgt eine enttäuschende Antwort von Haldimann: Es sei nicht seine Aufgabe, dies zu verändern. Das erinnere ihn an die Frage nach dem Huhn und dem Ei. Ist die Wirklichkeit so, weil wir darüber berichten, oder berichten wir darüber, wie sie ist? SF DRS werde jedenfalls keine Politikerinnen in spezielle Medientrainings schicken, damit mehr Frauen am Bildschirm vertreten seien. Diese Antwort provoziert Referentin

Dagmar Skopalik zu folgender Replik: „Ob und wie intensiv Frauen in den Medien vorkommen, liegt zu einem Teil in der Verantwortung der Medien. Die Bälle sollten nicht länger zwischen Politik und Medien hin- und hergeworfen werden. Beispielsweise in der Steuerpolitik: Was soll daran nicht interessant sein für die Frauen? Schliesslich beeinflusst jedes politische Thema das Leben der Frauen. Die Medien sollten in Zukunft ein vielfältigeres Bild der Gesellschaft abgeben.“

Im Unterschied zu Ueli Haldmann erachten es die übrigen Podiumsteilnehmenden durchaus als Aufgabe, dafür zu sorgen, dass Fragen der Gleichstellung bei der Gestaltung des Programms bzw. der Zeitung einfließen. Das oberste Ziel sei die Partizipation der Frauen, meint Cristina Savi - und Peter Haerle fügt an: „Wir müssen uns bewusst sein, welche Genderpolitik wir betreiben.“ **Fazit der Diskussion: Um die Gesellschaft in der ganzen Vielfalt darzustellen, braucht es immer auch Frauen. Es geht also nicht um politische Korrektheit, sondern darum, die ganze Vielfalt zu zeigen. Das Endprodukt ist besseres Fernsehen.**

**Vorankündigung:
Medien, Geschlecht und Politik**

- Frauen im Journalismus – Raumgewinn mit Hindernissen
- Einstieg ohne Aufstieg? Frauen in der Journalismusausbildung
- Erfahrungsberichte von Journalistinnen
- Von der Frauenförderung zum Gleichstellungscontrolling. Das Beispiel SRG
- Moins d'une sur cinq ... Les femmes dans le discours journalistique
- Die Darstellung von Politikerinnen in den Medien
- Blickfeld Gender. Empfehlungen für Medienschaffende

Erhältlich bei der Eidg. Kommission für Frauenfragen, Bern, Tel. 031/322 92 75

Gender Mainstreaming:

Auch bei der Gewerkschaft gibt es einiges zu tun?

Einige Gewerkschaften haben die Einführung des Gender Mainstreaming beschlossen (vpod, GBI, comedia). Auch der SGB unterstützt diese Forderung. Das sind vorerst Beschlüsse, die Umsetzung steckt noch in den Anfängen. Es wird sich erst zeigen, ob Gleichstellungsthemen wirklich umfassend in alle Bereiche und Entschiede der Gewerkschaften einfließen werden. Ein erster Schritt ist das 1. Mai-Motto 2003, das den Titel trägt: Frauen Macht Gewerkschaft! (mit einem umfassenden Forderungskatalog zur Gleichstellung).

Das SSM hat beim Anteil der Frauen in den politischen Sekretariaten eine sehr gute Bilanz, es sind mehr Frauen als Männer in den entsprechenden Stellen. Das Thema Gleichstellung fristet trotzdem ein Mauerblümchendasein. Die Frauensekretärinnen müssen sich immer wieder dafür einsetzen, dass es an Sitzungen und Konferenzen seinen Raum erhält. Dabei hält sich die Aufmerksamkeit der Mehrheit der Anwesenden jeweils in Grenzen. Positiv ist, dass bei GAV-Verhandlungen das Thema immer problematisiert wurde beziehungsweise wird, und dass einige gute Forderungen im heutigen GAV verankert sind. Aber auch hier gibt es noch Bedarf an Verbesserungen. Ebenfalls sehr positiv ist die Bereitschaft des SSM, das Projekt «Gleichstellungscontrolling» in der SRG personell stark zu unterstützen, und als einer der Träger dieses neuen Ansatzes (zusammen mit dem vpod), dieses Projekt überhaupt zu ermöglichen.

Zum Thema Gleichstellungscontrolling hat das SSM vor allem im Bereich Weiterbildung für Medienschaffende schon einiges gemacht. Die Tagung vom 7. März ist ein Beispiel. Es gab aber auch früher entsprechende Angebote, meist zusammen mit der SJU oder dem SVJ. Diese Tradition soll weitergeführt werden. Das SSM arbeitet ferner mit bei der Umsetzung der Beschlüsse der Weltfrauenkonferenz von Peking 1995. Hier arbeitet das SSM zusammen mit comedia, SJU und anderen NGO einen Katalog zur Umsetzung einer geschlechtergerechten Darstellung von Frauen und Männern in den Medien und den dazu notwendigen Massnahmen. Im Herbst 2002 wurde eine erste umfassende Bilanz gezogen, es zeigt sich, dass hier noch wenig umgesetzt wurde und noch viel getan werden muss.