



Zukunft bauen.

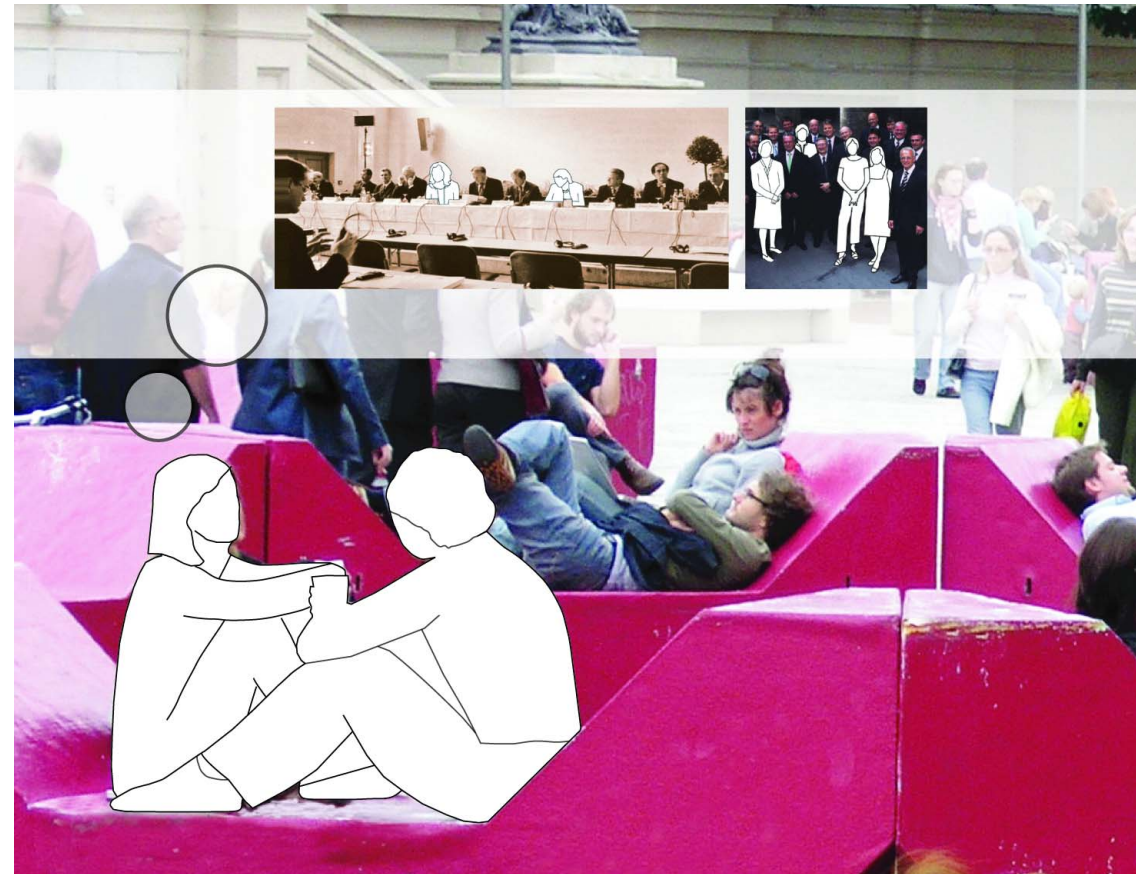
EINE INITIATIVE ZUR BILDUNG FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG.



lebensministerium.at

Blickpunkt Gender

Ein Leitfaden zur Mediengestaltung

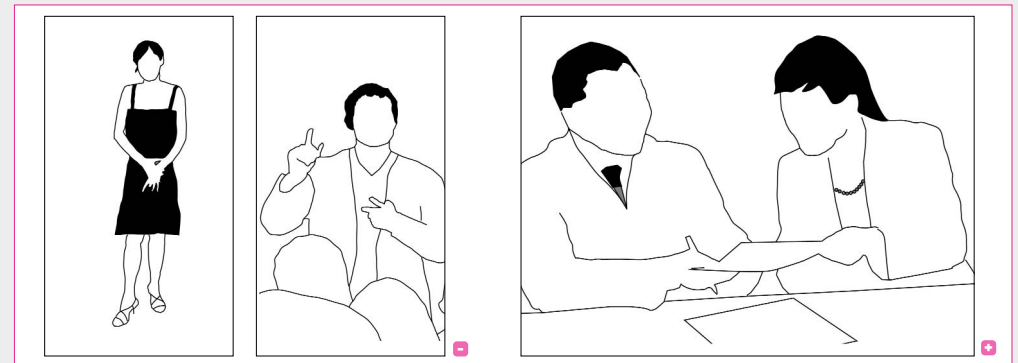
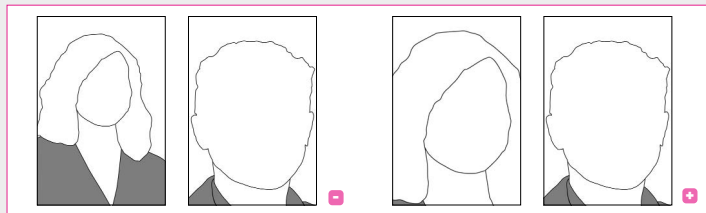


Eine Medienanalyse aus der Genderperspektive von ausgewählten österreichischen Zeitschriften aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung, durchgeführt von KnollSzalai im Auftrag des Lebensministeriums, zeigt vor allem bei den befragten ExpertInnen bzw. anderen Personen, die im Jahr 2005 in den untersuchten Medien interviewt wurden, einen großen Gender-Gap auf: 77% der ExpertInnen-Statements werden von Männern abgegeben, 23% der Statements von Frauen. Von den InterviewpartnerInnen sind 73% männlich und 27% weiblich. Auffallend ist auch, dass die Größe der Bilder in manchen Medien geschlechtsspezifisch unterschiedlich sind: So sind Bilder, auf denen Experten bzw. Interviewpartner abgelichtet sind, um bis zu 25% größer als die Bilder von Expertinnen bzw. Interviewpartnerinnen.

Frauen kommen zu Wort ...

- ▣ Recherche nach Fachfrauen und Expertinnen betreiben
- ▣ In der Redaktionsarbeit gezielt Methoden, wie z.B. Gute Nachrede GN® einsetzen
- ▣ Expertinnen zu vielfältigen Themen befragen und abbilden
- ▣ Frauen als Interviewpartnerinnen wählen
- ▣ Frauen als Autorinnen gewinnen

Wenn Personen abgebildet werden, ist darauf zu achten, dass die entsprechenden Fotos der RedakteurInnen, ExpertInnen bzw. InterviewpartnerInnen die gleiche Größe und adäquate Bildausschnitte haben. Bei Pressemeldungen bzw. kurzen Texten, die nur für wenige Zitate Platz haben, bietet es sich an bewusst ausschließlich Frauen zu zitieren und so zu Wort kommen zu lassen.



Um eine Symmetrie zwischen den handelnden Personen herzustellen, ist es wichtig vor allem Expertinnen zu Umweltthemen und zu Fragen der Nachhaltigen Entwicklung zu Wort kommen zu lassen sowie gezielt bei Interviews Frauen zu befragen. Dem Argument „Es gibt ja keine geeigneten Frauen.“ kann in der Praxis durch eine gezielte Recherche nach Fachfrauen und Expertinnen begegnet werden. Dabei kann auf diverse existierende Datenbanken, wie zum Beispiel auf die v.a. für den technischen Bereich relevante FemTech-Expertinnendatenbank zugegriffen werden.

Spezielle Methoden, wie die Gute Nachrede GN® können in der Redaktionsarbeit unterstützend eingesetzt werden, um die Recherchierfähigkeit zu steigern, zielgerichtet positive Informationen zu potenziellen Expertinnen und Interviewpartnerinnen und ihrem professionellen Hintergrund einzubringen und bewusst zu machen – es wird von diesen Frauen bewusst ausschließlich gut gesprochen d.h. es wird ihnen „gut nachgeredet“. Damit verändert sich die Wahrnehmung und Bewertung von Frauen und Männern im Berufsleben; der Blickwinkel der Sprechenden wird weiter.

Weiterführendes

Expertinnendatenbank im technisch-naturwissenschaftlichen Bereich: <http://www.femtech.at/expertinnendatenbank/>

Methode der Gute Nachrede GN®: http://www.gendermainstreaming.com/EQ_gutenachrede.htm

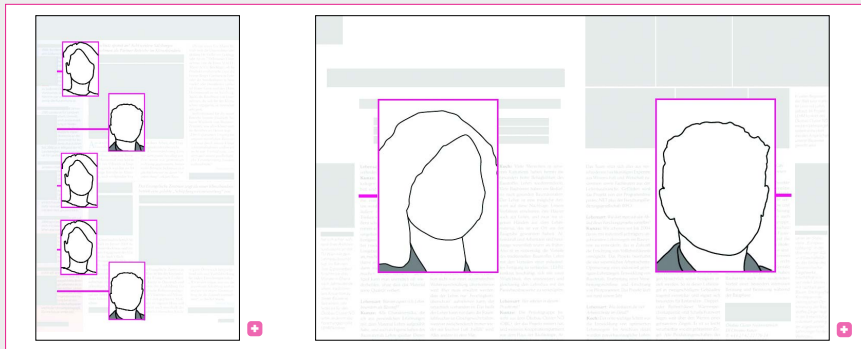
Bildnachweis: Titelbild – Gerda Palmethofer, Illustrationen – Gerda Palmethofer.

Bilder und insbesondere Fotografien erwecken bei der Betrachterin / beim Betrachter den Eindruck, als ob das Bild die Realität widerspiegelt, als ob alles „wirklich so ist“. Bilder kommunizieren immer auch auf emotionaler Ebene, sie sprechen bei uns verschiedene Gefühlsebenen an. Gerade deswegen sind Bilder und Fotografien auch nie neutral zu beurteilen, denn schon die Wahl des konkreten Bildausschnittes und auch die Auswahl der Personen, die abgebildet sind, haben Einfluss auf das Bild und in weiterer Folge auf die Betrachterin / den Betrachter.

... Frauen rücken ins Bild

- ▣ Daten und Fakten zur nach wie vor existierenden gesellschaftlichen Benachteiligung von Frauen thematisieren
- ▣ Gezielt Sichtweisen von Frauen zu einem Thema einholen und die Meinungsträgerinnen abbilden
- ▣ Ausgewogenheit zwischen Frauen und Männern anstreben

Bei regelmäßig im Medium erscheinenden Kolumnen bzw. Rubriken ist darauf zu achten, dass Frauen und Männer gleich häufig zu Wort und ins Bild kommen.



Wichtig ist bei der Bildauswahl das gesamte Erscheinungsbild der Zeitschrift bzw. Publikation im Auge zu haben und auf eine Ausgewogenheit zwischen Frauen und Männern im gesamten Medium zu achten. Bei der thematischen Aufbereitung der Artikel und Beiträge sollten auch Daten und Fakten zur nach wie vor existierenden gesellschaftlichen Benachteiligung von Frauen herangezogen werden und geschlechtsspezifische Auswirkungen thematisiert werden. Geschlechtsspezifisch ausgewertete Statistiken und Datengrundlagen sind immer noch nicht in allen Bereichen verfügbar – einen gesamtgesellschaftlichen Überblick liefert die Publikation „Geschlechtsspezifische Disparitäten 2002“.

Weiters ist darauf zu achten auch bewusst die Sichtweisen, die Frauen zu umweltrelevanten Themen bzw. Fragen der Nachhaltigen Entwicklung haben, darzustellen. Dabei ist auf eine gleichwertige Darstellung und Abbildung z.B. in Form von Portraitfotos von Frauen und Männern zu achten.

Weiterführendes

Publikation „Geschlechtsspezifische Disparitäten 2002“, Download: <ftp://www.statistik.at/pub/neuerscheinungen/geschlecht.pdf>

Bildnachweis: Illustrationen - Gerda Palmethofer, Fotos -Forum Umweltbildung (links), Ökolog Wien (rechts).

Die Medienanalyse aus der Genderperspektive von ausgewählten österreichischen Zeitschriften aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung zeigt deutlich, dass ein großer Teil der abgedruckten Bilder konkrete Ereignisse, wie öffentliche Veranstaltungen, Tagungen, Projektpräsentationen, Konferenzen, Preisverleihungen etc., darstellt. All diese Bilder sollen – mehr oder weniger – reale Situationen repräsentativ abbilden. Da in Entscheidungspositionen wie auch in (hierarchisch höheren) politischen Funktionen nach wie vor mehr Männer als Frauen vertreten sind, kommen auch in entsprechend „repräsentativen“ Abbildungen mehr Männer als Frauen vor: Die quantitative Medienauswertung ergibt einen Männeranteil von über 70% bei den Bildern von Veranstaltungen, Konferenzen etc.

Wer repräsentiert?

- ▣ Frauen und Männer gleichwertig positionieren
- ▣ Durch die Wahl der Bildausschnitte Frauen und Männer gleichwertig darstellen

Bei Fotos von Tagungen, Konferenzen o.ä. gilt es, gezielt auch „Pausenstimmungen“ fotografisch einzufangen und nicht ausschließlich die vielen Experten und wenigen Expertinnen auf dem Podium abzubilden.



Welche Eindrücke eines Events sollen vermittelt werden?
 Werden auch Workshops bzw. Arbeitsgruppen abgebildet?
 Wie wird der „informelle“ Teil, die Kommunikation während einer Veranstaltung dargestellt?
 Welchen Bildausschnitt wählt die / der Layouterin?

Wenn die zu fotografierenden Personen vom Fotografen / von der Fotografin gezielt „gestellt“ werden, ist darauf zu achten, dass Frauen und Männer gleichwertig positioniert bzw. angeordnet sind, d.h. dass keine kleinen Frauen oder Männer im Hintergrund und ausschließlich große Personen im Vordergrund sind. Eine gendersensible Mediengestaltung bedeutet in diesem Zusammenhang auf eine symmetrische Verteilung von Frauen und Männern / Mädchen und Burschen auf den Bildern zu achten.

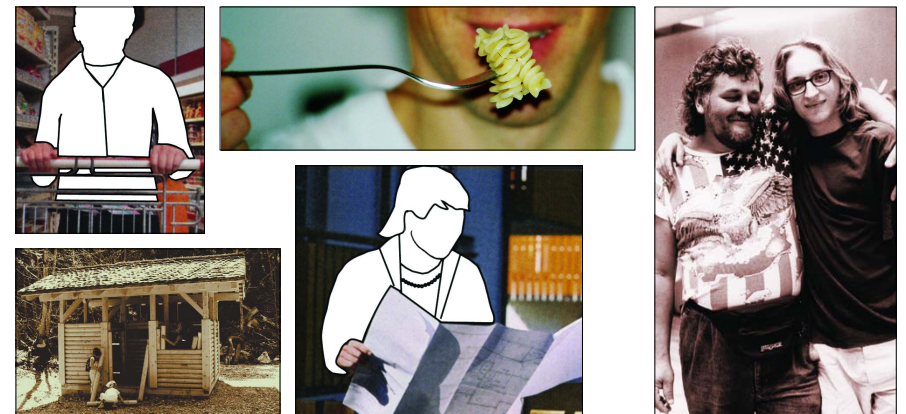


Wie sollen sich die TeilnehmerInnen fürs Foto aufstellen?
 Welchen Einfluss nimmt die / der Fotografin?
 Wer schaut (nicht) in die Kamera?

Geschlecht ist nicht nur etwas, was wir „haben“, sondern in unserem alltäglichen und auch professionellen Handeln werden Geschlechterkonstruktionen in sozialen Zusammenhängen hergestellt, verfestigt und, sehr wichtig, hierarchisiert: Die heute weitgehend noch vorherrschende Geschlechterordnung beruht nicht nur auf einer Diskriminierung von Frauen, sondern auf einer durchgängigen Abwertung von als weiblich konnotierten Kompetenzen, Tätigkeiten und Lebensmustern, die historisch und kulturell verfestigt wurden und werden. Haus- und Familienarbeit sowie Vor- und Fürsorgearbeit haben gesellschaftlich immer noch weniger Wert und Anerkennung. Diese Abwertungen bleiben auch dann erhalten, wenn Männer entsprechend konnotierte Tätigkeiten ausüben. In den untersuchten Zeitschriften fanden sich eine Vielzahl von Geschlechterrollen-Stereotype: Männer als die Aktiven, Starken und Dynamischen und Frauen als die Häuslichen, als diejenigen, die für das Wohlergehen von anderen zuständig sind.

Wer tut was? Bilder als Dokumentation

- ▣ Vermeiden von Geschlechterrollen-Stereotype
- ▣ Alltag von Frauen und Männern in Bezug zu Umwelt und Nachhaltiger Entwicklung sichtbar machen
- ▣ „Neue“ Rollen darstellen – und damit einen (weiteren) Teil der gesellschaftlichen Realität abbilden
- ▣ Frauen bzw. Männer bewusst in den „anderen“ Rollen darstellen
- ▣ Striktes Vermeiden von sexualisierten Darstellungen



Wenn Bilder als Illustrationen für konkrete Tätigkeiten von Menschen ausgewählt werden, ist bei der Auswahl besonders darauf zu achten, dass nicht gängige Geschlechterzuschreibungen wiederholt und reproduziert werden. In der Praxis bedeutet dies, in den Texten gängige Rollenzuschreibungen zu thematisieren und zu hinterfragen sowie durch Bilder bewusst Frauen und Männer bei Tätigkeiten zeigen, die den traditionellen Geschlechterrollen **nicht** entsprechen. Sexualisierte oder sexistische Darstellungen sind in jedem Fall zu unterlassen. Wenn in den Medien bewusst Frauen und Männer dargestellt sind, die Tätigkeiten ausführen, die dem jeweiligen Geschlecht gesellschaftlich nicht zugeschrieben sind, dann kann den LeserInnen Mut gemacht werden, auch andere nicht-traditionelle Rollen zu denken – gerade im Nachhaltigkeitsdiskurs ist dies von Bedeutung. Gleichzeitig wird durch eine differenziertere Darstellung der Tätigkeiten, die Männer und Frauen tun, auch sichergestellt, dass die gesamte Zeitschrift / Publikation ein differenzierteres Bild der gesellschaftlichen Wirklichkeit wiedergibt.

Ein weiterer Schritt zur gendersensiblen Gestaltung von Medien in den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung ist ein geschlechtergerechter Sprachgebrauch. Wenn Frauen **und** Männer gleichermaßen von einem Medium angesprochen werden sollen, dann ist die Verwendung der männlichen **und** weiblichen Personenbezeichnungen unumgänglich. In einem oft wiederholten Experiment wurden Personengruppen nach Autoren / nach Politikern und Politikerinnen / nach SchauspielerInnen / nach berühmten Personen des öffentlichen Lebens gefragt. Die Ergebnisse zeigen: Wird die männliche Form verwendet, gibt es weniger Nennungen von Frauen. Werden weibliche Formen verwendet, so ist die Nennung von Politikerinnen, Schauspielerinnen auch um ein Vieles höher. Dies macht deutlich, dass die gewählte Sprachform die gedanklichen Vorstellungen über die beschriebenen Personen beeinflusst. Für Nachhaltige Entwicklung bedeutet dies, wenn Frauen und Männer gleichermaßen aufgefordert sein sollen, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten, müssen Frauen und Männer auch gleichermaßen in den Texten genannt und auch durch diese angesprochen werden. Frauen und Männer müssen als Expertinnen und Experten, als Autorinnen und Autoren, als Pionierinnen und Pioniere vorkommen und in der Sprache sichtbar sein.

Geschlechtergerechter Sprachgebrauch

Bei geschlechtergerechtem Sprachgebrauch geht es darum

- ▣ alle handelnden Personen – also auch Frauen – in Schrift und Wort sichtbar zu machen sowie
- ▣ eine Symmetrie zwischen Frauen und Männern herzustellen.

Dabei gibt es kein immer anwendbares Patentrezept, kreatives Formulieren ist und bleibt gefordert!

Sichtbarmachen von Frauen in den Texten!

- ▣ Absender / Teilnehmer / Vertreter / Ansprechpartner / Sprecher / Experte / Leiter / Interviewpartner
- ▣ AbsenderIn / VertreterInnen / AnsprechpartnerIn / SprecherIn / ExpertIn / LeiterIn / InterviewpartnerIn / Teilnehmerinnen und Teilnehmer / Wissenschaftlerin und Wissenschaftler / die bzw. der Jugendliche / die bzw. der Erziehungsberechtigte

Verwenden Sie die Mehrzahl!

- ▣ Jeder, der... / Verantwortlicher
- ▣ Alle, die... / Personen, die... / Verantwortliche Personen / Wer verantwortlich ist, muss ...

Verwenden Sie geschlechtsneutrale Formen!

- ▣ der Leiter / Mannschaft / Studenten
- ▣ die Leitungsperson / Team, Gruppen / Studierende

Trotz vieler gegenteiliger Meinungen gilt: Bloßes „Mitmeinen“ von Frauen oder sogenannte Generalklausen, wie „Der folgende Text meint Frauen und Männer gleichermaßen, auf Grund der Lesbarkeit wird die männlich Form verwendet.“ sind nicht geschlechtergerecht. Wer Frauen und Männer gleichermaßen ansprechen und Botschaften adressieren möchte, muss beide Geschlechter explizit benennen.

Sichtbarmachen von Frauen auch bei Titeln und Funktionsbezeichnungen!

- ▣ Mag. / Dipl.-Ing. / Dr. / GF *(wenn es sich um Frauen handelt)*
- ▣ Mag.^a / Dipl.-Ing.ⁱⁿ / Dr.ⁱⁿ / GFⁱⁿ

Korrekt geschlechtergerecht formulieren!

- ▣ des / der Schülers/in / BäuerInnen / den LehrerInnen /
- ▣ des Schülers bzw. der Schülerin *oder* der SchülerInnen / Bauern und Bäuerinnen / den Lehrerinnen und den Lehrern *oder* den Lehrkräften

Korrektes grammatikalisches Geschlecht bei v.a. Rechtspersonen verwenden!

- ▣ Die Organisation tritt als Veranstalter auf
- ▣ Die Organisation tritt als Veranstalterin auf

Zur Überprüfung, ob bestimmte geschlechtergerechte Formulierungen verwendbar sind, bietet sich die Weglassprobe an: Nach dem Weglassen des Schrägstrichs bzw. bei Kleinschreibung des Binnen-I muss ein korrektes Wort über bleiben.

Manche Begriffe, wie KollegInnen sind nach der Weglassprobe nicht korrekt, haben sich jedoch schon in unserem Sprach- und Schreibgebrauch etabliert, so dass eine Änderung nicht sinnvoll wäre und es vorzuziehen ist bei der – unkorrekten – Schreibweise zu bleiben.

Verwendete Quellen

Pusch, Luise (1984): Das Deutsche als Männersprache, edition suhrkamp, Frankfurt am Main.

Kargl, Maria; Wetschanow, Karin; Wodak, Ruth (1997): Kreatives Formulieren. Anleitungen zu geschlechtergerechtem Sprachgebrauch, Wien (Schriftenreihe der Frauenministerin, Band 13).

Geschlechtergerechtes Formulieren – Leitfaden des bm.bwk.

Gender Mainstreaming Arbeitskreis Amt der NÖ Landesregierung (2006): Leitfaden geschlechtergerechtes Formulieren. Empfehlungen des Arbeitskreises Gender Mainstreaming in der NÖ Landesverwaltung.

ÖGB (2006): „Ich Tarzan – Du Jane?“ Frauenbilder – Männerbilder. Weg mit den Klischees! Anleitung für eine geschlechtergerechte Mediengestaltung.

Warum dieser Leitfaden?

Dieser Leitfaden baut auf einer umfassenden Medienanalyse von 15 ausgewählten österreichischen Zeitschriften aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung, die vom Büro KnollSzalai im Auftrag des Lebensministeriums im Jahr 2006 durchgeführt wurde, auf und richtet sich an jene Menschen, die mit der Erstellung von Medien im weitesten Sinne zu den Themen Umwelt sowie Nachhaltige Entwicklung zu tun haben – vom Verfassen eines Artikels oder einer Pressemeldungen bis hin zur Gestaltung einer Zeitschrift oder eines Folders. Der Leitfaden soll mit umsetzungsorientierten Beispielen und praktischen Tipps bei der gendersensiblen Gestaltung sowie bei geschlechtergerechter sprachlicher und bildlicher Darstellung in den Medien unterstützen.

Denn: Nur mit der Integration der Genderperspektive kann die (fehlende) Verbindung zwischen der ökonomischen, ökologischen und sozialen Säule der Nachhaltigkeit geschaffen werden. Der vorliegende Leitfaden stellt einen Beitrag zu „Gender Equality“ im Rahmen der UN-Dekade Bildung für Nachhaltige Entwicklung dar. Die umfangreiche Broschüre „Gender und Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ kann unter <http://www.knollszalai.at/download.htm> bezogen werden.

Warum ist "gender" relevant?

Im Englischen bezeichnet der Begriff "sex" die biologisch definierten Aspekte und "gender" die sozialen und kulturell definierten Aspekte des Geschlechts. Gender meint gesellschaftlich und kulturell geprägte Rollen, Rechte, Pflichten, Ressourcen und Interessen von Frauen und Männern. Geschlechterrollen können sich im Laufe der eigenen Lebenszeit wie auch im Laufe der Geschichte ändern und sind innerhalb sowie zwischen den Kulturen unterschiedlich: Gender ist ein sich in permanenter Wandlung befindliches Konzept. Im Deutschen gibt es keine adäquate Übersetzung: Um sich mit den unterschiedlichen Aspekten – den biologischen sowie den sozialen und kulturellen Zuschreibungen – von Geschlecht auseinander zu setzen und diese zu erklären, muss in der deutschen Sprache weiter ausgeholt werden – oder eben der englische Begriff gender verwendet werden.

Die Genderperspektive einzunehmen bedeutet nun einerseits die bestehenden Geschlechterverhältnisse und Hierarchien zu thematisieren und andererseits aktiv zu einer Veränderung hin zu mehr Geschlechtergerechtigkeit beizutragen.



Für Rückfragen bzw. inhaltliche Beratung stehen die Autorinnen gerne zur Verfügung: Bente Knoll und Elke Szalai beide: Knoll & Szalai oeg, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung. <http://www.knollszalai.at>

Impressum: MedieninhaberIn und HerausgeberIn: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Stubenring 1, 1012 Wien; Gesamtkoordination: Abteilung II/3, Nachhaltige Entwicklung und Umweltförderung, Dr. Peter Iwaniewicz; Autorinnen: Dipl.-Ing.® Dr.® Bente Knoll und Dipl.-Ing.® Elke Szalai beide: Knoll & Szalai oeg, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung; Gestalterin: Gerda Palmethofer; Druck: av+astoria, 1030 Wien; Copyright: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft; Alle Rechte vorbehalten; Auflage: 5.000 Stück; Wien, Dezember 2006.