

Business-Frauen und staubsaugende Männer!

- Ein aktueller Wegweiser für Medien führt durchs Genderlabyrinth

(Wien, 5. Juni 2007) Auf Fotos in Medien sind die Geschlechterrollen eine klare Sache: Männer zerlegen den Braten, Frauen schneiden den Käse. Männer dozieren als Experten, Frauen hören zu: Klischees in den Medien zu durchbrechen gestaltet sich als steiniger Weg, viel ist noch zu tun: Wussten Sie, dass Fotografien von Frauen in der öffentlichen Darstellung rund ein Viertel kleiner sind als solche von Männern? Dass Frauen an den Rand der Bilder gerückt werden, dass von Männern Kopfporträts geschossen werden, während bei Frauen der Bildausschnitt bis zum Dekolletee erweitert wird. Solche und andere Beispiele hat das Büro KnollSzalai in einer Studie im Auftrag des Lebensministeriums analysiert. Fünfzehn ausgewählte österreichische Zeitschriften aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung des gesamten Jahrganges 2005 haben die beiden Expertinnen auf gendergerechte Bild- und Textgestaltung untersucht - die Ergebnisse sind ernüchternd und ermutigend zugleich.

Frauen mit Putzkübeln sind passé

Nach wie vor sind drei Viertel der InterviewpartnerInnen und ExpertInnen Männer, nach wie vor wird das Binnen-i nur zögerlich eingesetzt. Neuartig in dieser Untersuchung ist die umfassende Analyse aller in den Zeitschriften abgedruckten Fotos, auf denen auch Personen abgebildet sind: Bilder wirken besonders stark, weil sie die Gefühlswelt ansprechen, aber gerade hier sind traditionelle Geschlechterrollen festzustellen: Männer werden generell öfter ins Bild gerückt, sie stehen für Technik und Business, Frauen illustrieren hingegen häusliche Bereiche. „Aber es gibt auch erfreuliche Veränderungen“, so Bente Knoll vom Büro KnollSzalai: Beispielsweise habe ein Medium vor ein paar Jahren Frauen noch mit Putzkübeln abgelichtet. Heute steht zwar immer noch kein Mann daneben, mittlerweile ist der Putzkübel jedoch geschlechterneutral allein abgebildet.

Neuer Gender-Leitfaden für Medien

Auf Basis ihrer Studie haben KnollSzalai nun einen Leitfaden für Medien entworfen, „denn diesen kommt bei der Gender-Bewusstseinsbildung eine zentrale Rolle zu“, wie Elke Szalai betont. Der innovative Leitfaden enthält Tipps für gendergerechte Bildgestaltung, für den sprachflussoptimierten Einsatz des Binnen-i oder für das Recherchieren mithilfe von Expertinnendatenbanken, so dass es leichter fällt, weibliche Interviewpartnerinnen ausfindig zu machen. Ziel ist ein neues mediales Genderbewusstsein, „damit bei Interviews eines Tages auch gefragt wird: Herr Generaldirektor, wie können Sie Beruf und Familie unter einen Hut bringen?“ schließt Elke Szalai vom Büro KnollSzalai.

KnollSzalai, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung, verbindet Genderkompetenz mit Know-how aus den Bereichen Landschafts- und Verkehrsplanung, Umwelt, Nachhaltigkeit sowie Technik und Ingenieurwissenschaften. Seit kurzem bieten sie auch spezielles Genderconsulting für MedienvertreterInnen und Organisationen aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung an.

Der Medienleitfaden „Blickpunkt Gender“ ist erhältlich bei Knoll & Szalai OEG, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung, Zieglergasse 28, 1070 Wien, office@knollszalai.at bzw. steht als Download unter www.knollszalai.at/download.htm zur Verfügung.

Rückfragen+Fotos: F.J. Purkarthofer PR, Franz-Jakob Purkarthofer, 0664-4121491, info@purkarthofer-pr.at