Die Medien und die Frauen : zum Beispiel im Wahlkampf

Autor(en): **Wenger, Susanne**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Emanzipation : feministische Zeitschrift für kritische Frauen**

Band (Jahr): **20 (1994)**

Heft 6

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-361642

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

DIE MEDIEN UND DIE FRAUEN
ZUM BEISPIEL IM WAHLKAMPF

VON SUSANNE WENGER

«Frauen ins Parlament!» So nannte die Eidgenössische Kommission für Frauenfragen ihren Leitfaden, der sich in Sachen konkreter politischer Frauenförderung an Parteien, Frauenorganisationen und Medien richtete. Eine ähnliche Broschüre hatten anlässlich der Wahlen im Kanton Bern in diesem Frühling die Kantonale Frauenkommission und die kantonale Gleichstellungsstelle in Umlauf gesetzt. Und wirklich konnte bei den Berner Wahlen der Frauenanteil markant erhöht werden. Welche Rolle haben dabei die Medien gespielt? Sind sie den Empfehlungen der Broschüre nachgekommen? Eine medienwissenschaftliche Studie gibt Aufschluss.

Die Medien sind in beiden Broschüren deshalb speziell angesprochen, weil sich, so die Eidgenössische Frauenkommission, im Wahlkampf direkt auswirke, ob und in welcher Art und Weise die Medien Gleichstellungsfragen und Frauenkandidaturen thematisierten. Die kürzlich veröffentlichte medienwissenschaftliche Studie über die Wahlen von diesem Frühling im Kanton Bern, durchgeführt von der Historikerin und Medienwissenschafterin Bettina Nyffeler im Auftrag von Frauenkommission und Gleichstellungsstelle, untersuchte deshalb die Wahlkampfberichterstattung von sieben Berner Tageszeitungen aus geschlechterspezifischer Sicht:
35 Prozent Frauen kandidierten diesen Frühling für ein Mandat im Berner Grossen Rat. Mit rund 39 Prozent wurden die kandidierenden Grossrätinnen angemessen, d.h. leicht überdurchschnittlich oft in den Zeitungen erwähnt. Im Vergleich zum Anteil Frauenkandidaturen wurden mit einem Anteil Nennungen von 33 Prozent auch die Regierungsratskandidatinnen angemessen häufig in den Zeitungen erwähnt.

Wie haben Sie's mit der Gleichstellung, Frau ... ?

In den untersuchten Zeitungen waren die Finanzen, die Wirtschaft sowie die Arbeitslosigkeit die zentralen Wahlkampfthemen. Frauenförderung und Gleichstellung befanden sich unter den ersten acht Plätzen der Themenrangliste, können aber nicht als zentrale Wahlkampfthemen bewertet werden, weil Männer zu diesen Themen nicht befragt wurden bzw. nicht gesprochen haben. Zu Frauenförderung und Gleichstellung kamen vor allem Frauen zu Wort. Umgekehrt äusserten sich männliche Kandidaten überdurchschnittlich oft zu Themen wie Finanzen, Wirtschaft und Landwirtschaft. Die Zeitungen müssen sich also den Vorwurf gefallen lassen, Gleichstellungspolitik ausschliesslich als Frauenthema abgehandelt zu haben. Problematisch erscheint der Autorin zudem, dass die Frauenförderung praktisch durchwegs auf die Quotenfrage reduziert wurde.
Unterschiedliche Leistungen erbrachten die Zeitungen im Verhältnis Frauen/Männer, die zu einem Thema befragt oder zitiert wurden. Gemessen an den Empfehlungen von Frauenkommission und Gleichstellungsstelle haben nur zwei Zeitungen zufriedenstellend abgeschnitten («Bieler Tagblatt» und «Berner Tagwacht»). Die JournalistInnen des «Bieler Tagblatt» zum Beispiel befragten oder zitierten bei allen Themen, auch den sogenannten Männerthemen, gleichviele Grossratskandidatinnen wie -kandidaten, ja insgesamt kamen sogar überdurchschnittlich viele Frauen zu Wort.

Massive Diskriminierungen fehlen nicht

Obwohl sich alle Zeitungen zum Beispiel um einen geschlechtsneutralen Sprachgebrauch bemühten, fehlten insbesondere bei Berichterstattungen über frauenspezifische Wahlveranstaltungen der Grossratskandidatinnen massive Diskriminierungen nicht. So wurden in Artikeln der «Berner Zeitung» und des «Bund» über ein Frauenpodium die anwesenden Kandidatinnen nicht namentlich erwähnt – dafür (im Artikel der «Berner Zeitung») ein männlicher Kandidat, der im Publikum anwesend war...
Bettina Nyffeler kommt zum Schluss, dass sich ein sehr uneinheitliches Bild ergebe. Bezüglich der Geschlechterfrage in den Medien hänge noch vieles von den Ansichten und Sensibilitäten der einzelnen JournalistInnen ab. Von einer systematischen Entwicklung eines geschlechterbewussten Journalismus im Kanton Bern könne deshalb (noch) nicht die Rede sein. ●