Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 107 (2013)
Heft: 1

Artikel: Frauenbilder in den Medien
Autor: Issler, Helen / Stocker, Monika
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-390400

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 03.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Helen Issler, Vizepräsidentin alliance F und Monika Stocker

Frauenbilder in den Medien

Jedes Jahr zwischen dem 25. November (Internationaler Tag gegen Gewalt an Frauen) und dem 10. Dezember (Internationaler Tag der Menschenrechte) engagiert sich eine breite Koalition gegen alle Formen von Gewalt an Frauen.

Mit Veranstaltungen, Strassenaktionen, Medien- und Informationsarbeit wird die Öffentlichkeit sensibilisiert. Die 16 Tage Kampagne 2012, die zum fünften Mal durchgeführt wurde, stand unter dem Thema: Medienmacht Frauenbild.

Helen Issler, Vizepräsidentin der alliance F und langjährige erfahrene Medienfrau, moderierte am 26. November 2012 ein Podium zum Thema: Frauenbilder in den Medien. Monika Stocker fragte nach.

1.

Frauen in allen beruflichen Rollen, als Geschäftsfrauen, Politikerinnen, Ingenieurinnen oder Buswagenfahrerinnen sind doch heute eine Selbstverständlichkeit. Warum scheint es notwendig, das Frauenbild in den Medien überhaupt zu thematisieren?

Die Medien berichten nachwievor viel weniger häufig über Frauen. Nur ein Viertel der an einem Stichtag erwähnten Personen sind Frauen. Und wenn sie vorkommen, werden sie sehr häufig über ihr Äusseres und ihren Familienstand definiert. Das belegt Silvie Durrer, Direktorin des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann mit dem Global Media Monitoring Project 2010, welches die «seriösen» Medien an einem Stichtag untersuchte. In den Nachrichten und auf den Frontseiten kommen immer noch erst runde 22% Frauen vor und das trotz dannzumal vier Bundesrätinnen. Die Frauen tauchen in den Nachrichten am ehesten bei Gesellschaftsthemen und als Betroffene auf, viel seltener aber als Expertin oder Autoritätsperson. Total untervertreten sind Frauen nach wie vor bei Wirtschaftsthemen.

(siehe dazu: *http://www.whomakesthenews.org/ und http://www.equality.ch/pdf_d/GMMP2010_CH_Bericht_d.pdf)*

Auf dem Podium vom 26. November zu diesem Thema waren sich die Teilnehmerinnen einig, dass sich dieser Missstand ändern muss, denn so werden nach wie vor stereotype und traditionelle Rollenbilder vermittelt. In Boulevardmedien, Werbung und kommerziellen Fernsehstationen gilt nach wie vor die Devise «sex sells» . Frauen werden halbnackt, oft sexistisch und in angepassten, unterwürfigen Rollen dargestellt. Zum Teil ist es unglaublich, was junge Frauen in Castingshows für einen Moment «Berühmtheit» mit sich machen lassen. Es gibt aber auch vermehrt Serien oder Krimis mit starken, selbstbewussten Frauen.

2.

Medien*macht Frauen*bild *war das Motto der Kampagne 2012 im Rahmen der Kampagne 16 Tage gegen Gewalt. Wie ist der Zusammenhang zwischen dem Frauenbild in den Medien und dem Thema Macht?*

Beim Thema Gewalt und Frauenbild in den Medien reden wir von Gefühlen, Eindrücken und nicht von wissenschaftlichen Fakten. Es gibt aber nach wie vor beunruhigende Zahlen über häusliche Gewalt; und sicher ist, dass den Frauen etwa bei sexuellen Übergriffen häufig

vorgeworfen wird, sie hätten mit ihrer Kleidung, mit ihrem Verhalten provoziert. Ein Zusammenhang zwischen dem unterwürfigen Frauenbild und dem Machoverhalten gewisser Männer ist anzunehmen, aber nicht beweisbar. Hier tragen die Frauen als Rezipientinnen eine Mitverantwortung und sind nicht hilflos. Es gilt, wachsam zu beobachten und sich mit Mails, LeserInnenbriefen und Anzeigen gegen unlautere Werbung (siehe:www.lauterkeit.ch) und sexistische Darstellungen, voyeuristische Berichterstattung zur Wehr zu setzen. Nicht jede Unterwäschewerbung ist gleich sexistisch; aber die Nichtbeachtung von Frauen und Frauenthemen in der Berichterstattung sehr wohl. Ein Machtmittel ist auch die Verweigerung der Lektüre oder die Kündigung eines Abos aus Ärger über frauenfeindliche oder Frauen ignorierende Berichterstattung.

Besonders frauenfeindliche Kommentare erleben Journalistinnen, welche sich in Blogs für Frauenthemen stark machen. In der Anonymität des Internets wird darauf von einer aktiven Gruppe von Männern mit unglaublich groben und sexistischen Sprüchen reagiert. Die Autorinnen des Mama-Blogs etwa wurden und werden von diesen Typen verbal attackiert, angemacht und verbal und physisch bedroht. Die Teilnehmerinnen am Podium vom 26. November plädierten deshalb für «eine dicke Haut» und cooles, selbstbewusstes Auftreten. Wachsamkeit empfehlen sie aber auch gegenüber verniedlichenden und versteckt sexistischen Kommentaren.

3.

Die diskriminierende Macht der Frauenbilder – so wird formuliert – zeigt Wirkung. Wie ist die wahrzunehmen? Was ist ihr entgegenzusetzen?

Die heutige Situation ist gewiss nicht unabänderlich. Die Schweiz hat 1997 das internationale Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen (Cedaw) unterschrieben. Der Cedaw-Ausschuss ist besorgt «angesichts des Fortbestehens tief verwurzelter traditioneller Einstellungen und Stereotype in den Schweizer Medien und in der Werbung. Diese untergrabe den Sozialstatus der Frauen und trage zu ihrer Benachteiligung bei, unter anderem bei der Mitwirkung im politischen und öffentlichen Leben».

Die Schweizerische Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten verlangt, dass die Genderperspektive in die Ausbildung der Medienschaffenden integriert wird. Die Medienwissenschaftlerin Martina Leonarz ist daran, einen Leitfaden für geschlechtergerechte Berichterstattung zu erstellen.

Mindestens so wichtig ist aber auch, dass sich Frauen ihrer Vorbildrolle als Expertin, Entscheidungsträgerin oder Wissenschaftlerin bewusst sind und sich bei Medienanfragen nicht zieren, was immer noch häufig sei. Auch die Kader in den Medienunternehmen müssen für Geschlechterfragen sensibilisiert werden. Dass dem noch nicht so ist, beweist der jüngste Fall aus Deutschland. ARD und ZDF werben mit vier älteren Herren für die öffentlich-rechtlichen Sender. Ein Steilpass für den Verein Pro Quote (siehe dazu: *www.pro-quote.de*), mit welchem 350 namhafte Journalistinnen und Moderatorinnen bis 2017 eine 30% Quote in den Chefredaktionen bei allen Print- und Onlinemedien, TV und Radio verlangen.

Das Podium vom 26. November war sich einig, dass Quoten dem Ziel einer geschlechtergerechten Berichterstattung durchaus dienlich wären. Handlungsbedarf besteht aber auch bei den Journalistinnen, denn selbst in Redaktionen mit einem Frauenanteil von über einem Drittel, kam weniger als ein Viertel Frauen in den Berichten vor. Etwas besser sieht es laut Gmmp-Studie in der Westschweiz und im Tessin aus. Grund genug also, sich die Kolleginnen zum Vorbild zu nehmen. ●