

Dokumentation DJV-Fachtagung Frau Macht Medien 2008 15./16. März 2008 in Köln

Forum 5: Ich Tarzan – Du Jane

Geschlechtersensible Kommunikation (Wort und Bild) in den Medien

**Referentinnen: Martina Fassler und Nani Kauer (Journalistinnen,
Pressesprecherinnen der österreichischen Gewerkschaften vida bzw. gmt)**

Gendergerechte Texte

Wann ist ein Text geschlechtergerecht? Texte gendergerecht zu gestalten ist weit mehr, als nachträglich die Gender-Taste zu drücken, um weibliche Endungen („Innen“) einzufügen. Schon bei der Erstellung von Texten sollen genderspezifische Aspekte bedacht werden: Sind vom Thema Männer und Frauen betroffen? Sind sie in gleicher Weise betroffen oder gibt es Unterschiede? Mit diesem Genderblick schon im Vorfeld von Recherchen oder Interviews erhöhen sich die Chancen, Texte gendergerecht zu verfassen.

Rollenklischees aufbrechen: Mit Texten wie auch mit Bildern kann man dazu beitragen, Rollenklischees zu verfestigen, oder aber aufzubrechen.

Sichtbarkeit und Symmetrie

Bei der Darstellung von Frauen und Männern in Texten geht es im Wesentlichen um zwei Prinzipien: Sichtbarkeit und Symmetrie.

Sichtbarkeit: Bei der Sichtbarkeit geht es darum, Männer und Frauen sichtbar zu machen, wenn von Männern und Frauen die Rede ist. „Die Schüler der 3. Klasse“ ist eine korrekte Aussage, wenn es sich um eine reine Knabenklasse handelt – ansonsten nicht. Die häufig gebrauchte Aussage, männliche Formen würden Frauen mit einschließen, ist aus der Sicht von Gendergerechtigkeit eine falsche.

Um Sichtbarkeit zu gewährleisten gibt es verschiedene Möglichkeiten:

- Nennung beider Geschlechter (Paarformen): Kundinnen und Kunden, Bürgerinnen und Bürger, etc.
- Binnen-I: SchülerInnen, BürgerInnen
- Schrägstrich: Schüler/innen, Arbeitnehmer/innen
- die Klammer-Variante ist unseres Erachtens nicht gendergerecht, weil immer die weibliche Endung ausgeklammert wird Schüler(innen);

Bei Verwendung von Binnen-I oder Schrägstrich-Varianten ist darauf zu achten, dass sich in allen vier Fällen der deutschen Sprache korrekte Wörter ergeben (Weglassprobe).

Manche Chefredaktionen erlauben keine Binnen-I oder Schrägstrich-Varianten, aber auch dann gibt es genug Möglichkeiten, allen voran die volle Paarform (Arbeiterinnen

und Arbeiter). Darüber hinaus kann man mit verschiedenen Mitteln der deutschen Sprache umschreiben, darunter:

- Abstraktion: „Chefredaktion“ statt Chefredakteur/in, Personal oder Belegschaft statt Arbeiter/innen etc.;
- Umschreibung mit einem Adjektiv: „auf Anraten des Arztes“ wird zu „auf ärztlichen Rat“; „Rat eines Fachmannes“ – „fachkundiger Rat“;
- direkte Anrede: statt: „die Patienten müssen Formular X ausfüllen“ – „bitte füllen Sie Formular X aus“
- „alle“ statt „jeder, jede“; „niemand“ statt „keiner, keine“

Gleichwertigkeit: In der Frage der Symmetrie geht es darum, Männer und Frauen gleichwertig darzustellen. „Das Familienoberhaupt und die Mutter“ ist keine gleichwertige Darstellung, „Manager und Arbeiterinnen“ ebenso wenig, denn es gibt ja auch Managerinnen und Arbeiter“.

Beim Formulieren von Texten muss nicht „Lesbarkeit“ gegen „Gendergerechtigkeit“ eingetauscht werden – beides in einem Text zu erfüllen ist möglich, die deutsche Sprache bietet dafür genügend Möglichkeiten.

Gendergerechte Bildsprache

Wann ist ein Bild geschlechtergerecht? Abseits der spontanen Beurteilung „Gefällt mir (nicht)!“ bzw. der Einschätzung von Darstellungen als „(nicht) gendergerecht“ versuchten wir in dem Workshop mit formalen Kriterien der Bildanalyse zu arbeiten. Gendergerecht bedeutet für uns, dass Frauen und Männer als eigenständige und gleichberechtigte Personen dargestellt sind.

Frauen werden klischeehaft oft folgendermaßen dargestellt:

Als passiv, als (sexualisiertes) Objekt, sie werden als emotional dargestellt oder haben Schönheit zu verkörpern. Auch die Infantilisierung ist ein beliebtes Mittel, es signalisiert Schwäche, Hilflosigkeit („klein und lieb“). Frauen werden oft als Opfer oder „Betroffene“ von Ereignissen gezeigt oder in Verbindung mit der Familie bzw. wenn es um die Themen Urlaub oder Wellness geht. Männer erhalten spiegelbildlich die entgegen gesetzten Eigenschaften zugeschrieben, also: Aktivität, Subjekt, Kühnheit, Männlichkeit, Überlegenheit, Macho, Lebenskünstler, Beschützer, Stärke, Technik, Egoismus, Experte,...

Wie werden durch die Darstellung von Frauen und Männern diese traditionell hierarchischen Geschlechterordnungen aufrechterhalten und weitertradiert?

Es gibt formale Mittel der Bildgestaltung, die ganz bewusst eingesetzt werden (können), um die „Geschlechterordnung“ aufrecht zu erhalten. Dazu gehören:

Die Körperhaltung und Anordnung der Personen: Für die Darstellung von Männern typisch ist ein bequemes, raumgreifendes Sitzen, dynamische Bewegungen, breitbeiniger Stand und insgesamt eine gerade, aufrechte, eher starre Körperhaltung. Frauen werden oft durch schmalen, unsicheren Stand dargestellt (verstärkt durch hohe Absätze), abgeknickter Körperhaltung; wenig raumgreifendes Sitzen, oder die Tendenz, sich durch die Schiefelage des Kopfes zu „verkleinern“. Frauen sind biologisch bedingt

oftmals kleiner als Männer. Auffällig in diesem Zusammenhang ist, dass auf eine Umkehrung der Größenverhältnisse sehr wohl geachtet wird, wenn bei einem bekannten Paar die Frau in Wirklichkeit den Mann überragt. (So gibt es sehr viele Bilder von Nicolas Sarkozy und Carla Bruni, wo die größere Bruni weiter hinten oder unten geht, damit sie optisch kleiner als der französische Staatspräsident wirkt).

Der Blick: Grundsätzlich gilt: Blick = Macht; die Frau ist daher sehr oft als Blickobjekt dargestellt, der Mann als Blicksubjekt. Dasselbe gilt für **Berührungen** (typisch: Mann berührt Frau, er umarmt sie, hält sie, stützt sie,..).

Das Mittel der Fragmentarisierung: Die Darstellung von Körperteilen betrifft meist Frauenkörper und dient vorwiegend als Mittel zur Erotisierung.

Der Bildhintergrund: Was im Bildhintergrund dargestellt ist, unterscheidet sich ebenfalls häufig (Frauen in familiärer Umgebung, Freizeit, Männer im beruflichen Umfeld).

Perspektive/Licht: „Mächtige Männer“ werden oft von unten nach oben abgeleuchtet, Frauen von oben (direkt ins Dekollete) nach unten. Bei Frauen oft Ausleuchtung des Gesichtes, Weichzeichnung, Männer mit Schatten, um ihnen „Konturen“ zu verleihen.

Analyse in Einzelschritte unterteilen

Wir zerlegen für die Bildinterpretation die Analyse in mehrere Einzelschritte. Unsere Vorgangsweise lehnt sich an die so genannte „dokumentarische Methode der Bildinterpretation“ (siehe Bohnsack u.a.) an.

Bei Schritt 1, der „formulierenden Interpretation“, geht es um die detaillierte Beschreibung des Dargestellten (z.B. Glas, Tasche), danach um die Einbeziehung des Alltagswissens (z.B. Es handelt sich um ein Weinglas, um eine Aktentasche). So soll ein voreiliges Hineininterpretieren von Zuschreibungen vermieden werden. In Schritt 2, der „reflektierenden Interpretation“ wird die formale Komposition analysiert: Welche sind die dominanten Linien, Fluchtlinien, wie ist die szenische Anordnung der Personen, Blickachsen und weitere formale Mittel der Bildgestaltung...

Erst dann werden die Ergebnisse aus Schritt 1 und 2 zusammengeführt – oft wird aus dieser Zusammenschau ersichtlich ob und warum ein Bild gendergerecht ist oder nicht.

Tipps zum Weiterlesen:

Bohnsack, Ralf/ Iris Nentwig-Gesemann/Arnd-Michael Nohl (2007, 2. Auflage).

Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis, Vs Verlag für Sozialwissenschaften.

Mühlen Achs, Gitta (2003). Wer führt? Körpersprache und die Ordnung der Geschlechter, Verlag Frauenoffensive.

ÖGB (Hg) (2006). „Ich Tarzan – Du Jane?“. Frauenbilder – Männerbilder. Weg mit den Klischees! Anleitung für eine geschlechtergerechte Mediengestaltung. Download unter <http://gender.vida.at>

Bericht aus Forum 5 – Ingrid Kühn:

Wir beschäftigten uns im Workshop

1. mit der gendergerechten Bildsprache sowie
2. mit gendergerechten Texten in den Medien. Mit Bildern und Texten kann dazu beigetragen werden, Rollenklisches aufzubrechen, aber andererseits auch zu verfestigen.

Zu 1.: Was wir mit der Bildsprache vermitteln, sagt sehr viel über uns selbst aus, denn auch in Bildern werden - wie schon angeführt - Rollenklischees vermittelt.

Abgesehen von der spontanen Beurteilung "gefällt mir" bzw. „gefällt mir nicht“, versuchten wir mit formalen Kriterien anhand von Fotos gemeinsam eine Bildanalyse zu erarbeiten.

Gendergerecht bedeutet, dass Frauen und Männer als eigenständige und gleichberechtigte Personen dargestellt werden. Dabei stellten wir fest, dass Frauen oft nur klischeehaft oder emotional dargestellt werden. Sie werden als Betroffene von Ereignissen oder in Verbindung mit der Familie (z.B. Urlaub, Wellness etc.) gezeigt.

Es gibt formale Mittel der Bildgestaltung, die ganz bewusst darauf hinzielen, die "Geschlechterordnung" aufrecht zu erhalten.

Grundsätzlich gilt: Blick = Macht. Daher sind Frauen sehr oft als Blickobjekt dargestellt, Männer als Blicksubjekt. Dasselbe gilt bei Berührungen (typisch: Der Mann berührt die Frau; er umarmt sie, hält sie, stützt sie...).

Für die bildliche Darstellung von Männern sind dynamische Bewegungen und eine gerade aufrechte, also eher starre Körperhaltung typisch. Frauen werden oft mit unsicherem schmalen Stand, verbunden auch mit einer Schiefhaltung des Kopfes dargestellt. Frauen sieht man auf Fotos häufig in familiärer Umgebung, Männer meist im Job.

Männer werden meist von unten nach oben abgeleuchtet, Frauen von oben - direkt ins Dekolleté - nach unten. Das beinhaltet bei Frauen die Ausleuchtung des Gesichts und Weichzeichnung; bei Männern mehr Schatten, um ihnen "Konturen" zu verleihen.

Wir zerlegten für die Analyse die uns vorliegenden Fotos in Einzelschritten. Dabei stellten wir fest: Eine gendergerechte Bildsprache heißt nicht "Köpfe zählen" und auch nicht "**abwechselnd** Männer und Frauen auf den Titelseiten". **Optimal** ist/wäre: **Frauen und Männer werden gleichwertig dargestellt. Rollenklischees werden nicht vermittelt.**

Zu 2.: Sind von diesem Thema sowohl Frauen als auch Männer betroffen? Wenn ja, wo ergeben sich die Unterschiede? Mit dem Genderblick schon im Vorfeld von Interviews etc. erhöhen sich die Chancen, dass Texte dann auch gendergerecht verfasst werden.

Bei der Darstellung von Frauen und Männern in Texten geht es im wesentlichen um "**Sichtbarkeit**" und "**Symmetrie**", also darum, Frauen und Männer gleichwertig darzustellen.

Dabei gibt es die verschiedensten Möglichkeiten:

- a) Nennung beider Geschlechter - Leserinnen und Leser, Redakteurinnen und Redakteure.
- b) Binnen-I - LeserInnen, RedakteurInnen.
- c) Schrägstrich - Leser/innen, Redakteur/innen,
- d) die Klammer-Variante ist nicht gendergerecht, weil immer die weibliche Variante ausgeklammert wird; Leser(innen), Redakteur(innen).

Gute Geschichten setzen hohe Professionalität, die Einhaltung ethischer Grundsätze sowie gendergerechte Sichtweisen und Kreativität voraus.

Beim Formulieren von Texten wird nicht "Lesbarkeit" gegen "Gendergerechtigkeit" eingetauscht; die deutsche Sprache bietet genug Kreativität und Möglichkeiten, beide Kriterien in einem Text zu erfüllen.

Die gendergerechte Mediengestaltung verschafft schlussendlich nicht nur unseren Leserinnen, sondern auch uns selbst neue Erkenntnisse und Sichtweisen.

...es ergab sich eine rege und spannende Diskussion, die man vielleicht auch in einzelnen Landesverbänden fortführen kann.