

## **Geschlechtsrepräsentationen in den Medien: Beobachtungen und ein globales Bemühen, den Status Quo zu verändern \***

Margaret Gallagher

Kaum eine(r) der Beteiligten des ersten *Global Media Monitoring Project* (GMMP) hätte sich 1995 träumen lassen, dass das Projekt die öffentliche Aufmerksamkeit bekommen würde, die es tatsächlich erregt hat. Heute, zehn Jahre später, nach dem Abschluss des dritten GMMP, ist die Bedeutung dieses internationalen Projekts dafür umso klarer. Aber was ist nun der Nutzen von GMMP? Warum ist es wichtig? Und was hat es verändert?

Das Projekt ist die Antwort auf ein wichtiges und beständiges Anliegen der Frauenbewegung: die Regeln der Darstellung von Geschlecht. In den letzten drei Jahrzehnten wuchs das Bewusstsein für Zusammenhänge zwischen medial vermittelten Geschlechtsstereotypen, dem eingeschränkten Zugang von Frauen zu Medien sowie grundlegenden gesellschaftlichen Ungleichheits-Strukturen von Männern und Frauen. Der Bericht der Pekinger Aktionsplattform stellte 1995 das erste strategische internationale Dokument dar, das diese Verbindungen deutlich machte. Darin wurden die Medien als eine von zwölf kritischen Bereichen genannt, die „von besonderer Dringlichkeit sind und Handlungspriorität erfordern“, und für die „Verantwortlichkeitsmechanismen“ eingeführt werden müssten.

Vor diesem Hintergrund entstand GMMP. Die ursprüngliche Idee für das Projekt war inspiriert durch das Anliegen von Frauenaktivistinnen, die Verantwortlichkeit der Medien als zentrales Thema in die Debatte über die Gleichberechtigung der Geschlechter einzubringen. Bei der späteren Durchführung der Studie war es den Wissenschaftlerinnen vor allem wichtig, die Vergleichbarkeit und Genauigkeit der Daten zu gewährleisten, die in verschiedenen Settings und von verschiedenen Individuen generiert wurden (von denen viele zum Teil noch keine Erfahrungen mit wissenschaftlichem Arbeiten hatten). Ziel war es, einen globalen Überblick zu erarbeiten, der über die Resultate von einzelnen lokalen oder auch nationalen Studien hinausgehen und ein verlässliches Bild der Präsenz von Frauen in den Nachrichten auf der ganzen Welt darstellen sollte.

Bis 1995 war so etwas noch nie versucht worden. Die Durchführung von GMMP – nicht nur als eine einzelne Studie, sondern als anhaltendes Vorhaben, das seither im fünf-Jahres-Takt durchgeführt wird – ist daher als Zeichen der Stärke von nationalen und internationalen Netzwerken zu sehen, die von Frauen in den vergangenen 25 Jahren geknüpft wurden. Heute können ForscherInnengruppen in mehr als 70 Ländern durch ein systematisches, koordiniertes Monitoring Art und Ausmaß dokumentieren, in dem Frauen in den Nachrichten der Welt ausgeschlossen werden. Die Daten sind unwiderlegbar, die Beweise stichhaltig. Von Anfang an hat der Journalistinnenbund in Deutschland die Beobachtung der deutschen Medien übernommen – mit dem Ergebnis eines verlässlichen Datenpools und einer überzeugenden Analyse der nationalen Situation.

\* Übersetzung des Beitrags aus dem Englischen von Mascha Brichta

In manchen Teilen der Welt – und dies gilt sicherlich auch für viele westeuropäische Länder – hält man die Frage der Darstellung von Geschlecht in den Medien für überholt. Man glaubt, dass die Dinge sich zum Besseren gewandelt haben; dass die Probleme gelöst sind, die in den 1970ern und 1980ern beklagt wurden. Die Ergebnisse des GMMP stellen jedoch eine zyklische, anhaltende Mahnung dar, denn sie zeigen, dass sich seitdem tatsächlich nur sehr wenig verändert hat. Konfrontiert mit der unausweichlichen Tatsache, dass weniger als 20% der Personen, über die in den Nachrichten berichtet wird, weiblich sind – mit überraschend wenig Unterschieden zwischen den einzelnen Ländern – bekunden Journalisten, Programmverantwortliche und Politikschaffende regelmäßig ihre Überraschung und Betroffenheit. Selbst diejenigen, die in den Monitoring-Prozess selbst einbezogen sind und bereits von dem Geschlechts-Ungleichgewicht in den Medien wissen, artikulieren oft ihr Erstaunen darüber, dass Frauen in den Nachrichteninhalten so systematisch marginalisiert und stereotypisiert werden. Deshalb ist das Monitoring für die Beteiligten häufig Augenöffner und Aufklärung gleichermaßen.

Ein wichtiges Ziel von GMMP war von Anfang an die Förderung von Medienkompetenz und Geschlechtsbewusstsein durch das Monitoring der Medien. Das perspektivische Ziel ist jedoch die Veränderung des Medienoutputs. Vor diesem Hintergrund haben verschiedene Gruppen in einigen Ländern die GMMP Ergebnisse genutzt, um mit Medienpraktikern und Politikmachern in Dialog zu treten. Die Daten waren von unschätzbarem Wert für die Anregung kreativer Diskussionen über allgemein akzeptierte Normen und Praktiken der Medienproduktion sowie darüber, wie bestimmte journalistische Entscheidungen sich in bestimmten Mustern von Geschlechtsungleichheiten wieder finden und wie alternative Entscheidungen und Herangehensweisen zu faireren, gerechteren Darstellungen führen können.

Viele einzelne Bemühungen haben bereits zu Resultaten geführt. In Kroatien und auf Malta werden die GMMP-Statistiken in Trainingskurse für Journalisten und Pressemappen aufgenommen; in Australien und Kanada wurden die Daten in Gerichtsverhandlungen genutzt, die sich mit angemessenen Geschlechtsdarstellungen befassen; in Uruguay haben Diskussionen mit Redaktionsmitgliedern zu Veränderungen von Inhalten und Redaktionsrichtlinien geführt. Diese Aufzählung könnte noch weiter gehen. Aber der eigentlich wichtige Punkt ist: GMMP hat diesen und anderen Gruppen auf der ganzen Welt ermöglicht, sich von einseitigen Klagen *über* die Medien zu konstruktiven Dialogen *mit* den Medien zu entwickeln. Deshalb ist dieses außergewöhnliche Projekt nicht nur eine wissenschaftliche Studie. Es ist etwas viel Wichtigeres: Es ist ein Instrument mit praktischem Nutzwert im Streben nach Medienverantwortlichkeit und Gleichberechtigung der Geschlechter weltweit.

**Margaret Gallagher** ist Wissenschaftlerin und Consultant auf dem Gebiet Geschlecht und Medien. Sie hat Aufträge für die United Nations, die Europäische Kommission, verschiedene Entwicklungsagenturen und Rundfunkanstalten bearbeitet und ist zurzeit als Beraterin für das Global Media Monitoring Project 2005 bei der World Association for Christian Communication tätig. Das neueste Buch ihrer diversen Publikationen zum Thema Geschlecht und Medien trägt den Titel „Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy“, und ist 2001 bei ZedBooks in London erschienen.