

Pressemitteilung

„Wer macht die Nachrichten ?“

Umfassende Studie zur Präsentation und Repräsentation von Männern und Frauen in in den Medien erschienen

Ein Jahr nach dem „Global Media Monitoring Project“ (GMMP 2000) über das „Bild der Frau in den Medien“, an dem sich 70 Länder am 1. Februar 2000 beteiligten, liegen alle internationalen Ergebnisse in einer veröffentlichten Studie vor. Insgesamt wurden 50.853 Daten eingereicht, darunter stand Deutschland mit 3.146 an erster Stelle. Der JOURNALISTINNENBUND, der die Untersuchung in der Bundesrepublik koordiniert hatte, präsentierte bereits im März und im Juni 2000 bundesweite Zwischenergebnisse. Jetzt wurde der Stichtag erneut zum Anlass genommen, die wichtigsten deutschen Medien in ihrer Berichterstattung über Frauen nochmals mit dem Ziel zu überprüfen, ob sich ein neuer Trend erkennen lässt.

Dazu wurden 12 Zeitungen und mehr als 4 Stunden Hörfunk- und Fernsehnachrichten von ARD, ZDF und kommerziellen Sendern ausgewertet. Zur großen Überraschung ergab allein schon die Addition der namentlich in den Printmedien genannten Männer (355) zu Frauen (76) im Vergleich zum Vorjahr einen prozentualen Anstieg des Frauenanteils von 11% auf 18%. Zwei neue Ministerinnen in der Bundesregierung haben maßgeblich dazu beigetragen, die öffentliche Sichtbarkeit der Frauen zu steigern.

Das GMMP 2000, organisiert von der „World Association for Christian Communication“ (WACC) in London und statistisch ausgewertet vom Erin Research in Kanada, vermittelt den umfassendsten Überblick, der je über die Gender-Darstellung in den Medien zusammengetragen wurde. Margaret Gallagher, die medienpolitische Beraterin, bezeichnete das Unternehmen als „eines der außergewöhnlichsten Gemeinschaftsvorhaben, das bisher von der Weltfrauenbewegung organisiert wurde“. In der Broschüre „Who makes the News?“ wird auf über 100 Seiten aufgezeigt und nach Ländern tabellarisch aufgelistet, welche Veränderungen sich bei der Darstellung der Frauen in Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen seit der 4. Weltfrauenkonferenz 1995 ergeben haben. 52 Länder hatten sich bereits 1995 an der ersten weltweiten Untersuchung der kanadischen Organisation „Media Watch“ in Toronto beteiligt. Während 1995 gerade mal 17% Frauen und 83% Männer am Stichtag 18. Januar namentlich in den Nachrichten vorkamen, waren es fünf Jahre später nur 1% mehr. In Deutschland ist der prozentuale Anteil der Frauen in der Nachrichtengebung im gleichen Zeitraum sogar um 3% gesunken. Weltweit betrug im Februar 2000 das Geschlechter-Verhältnis 18 zu 82%, dem sich nun - ein Jahr später - auch Deutschland angepasst hat.

Im Fernsehen sind die Frauen mittlerweile am stärksten vorgedrungen, gefolgt vom Hörfunk und –mit nur geringfügiger Steigerung seit fünf Jahren - im Printbereich. Im Weltdurchschnitt lag der weibliche Anteil für alle drei Medien bei 41%. Deutliche

Verjüngungen zeigen sich insbesondere beim Alter der Medien-MitarbeiterInnen. In der Altersgruppe zwischen 20 - 34 dominieren die Frauen. Geradezu ausgeglichen zeigt sich das Geschlechterverhältnis zwischen 35-40, doch in der Gruppe der über 50-Jährigen sind nach wie vor mehr Männer anzutreffen. Bei namentlich genannten Personen nehmen Frauen in der Altersgruppe 35-49 den höchsten Anteil ein (38%). Männer erreichen ihren Spitzenwert (42%) erst in der darüber liegenden Altersklasse 50-64.

Dass die Politik- und Parlaments-Berichterstattung in allen Ländern Vorrang vor anderen Themen hat, bedarf keiner weiteren Erklärung. Auch Meldungen über Katastrophen, Gewalttaten und Unfälle nehmen einen hohen Stellenwert ein. Am häufigsten kommen Frauen darin vor, wenn sie als Opfer (18,7%) in derartige Ereignisse verwickelt waren. Überraschend ist keineswegs, dass Frauen mit 21% weit vor den Männern mit 5% rangieren, wenn in unterschiedlichen Nachrichten ihr Familien-Status erwähnt wird. Ebenso wenig verwundert es, dass sich Frauen nur zu 9% (in Deutschland 6%) im Zentrum der Nachrichten stehen. Die höchste Quote erreichen sie mit 14% in den Zeitungen.

Ein bewusst als untypisch gewählter Beobachtungstag wie der 1. Februar eines Jahres reicht sicherlich nicht aus, um ein zweifelfreies Bild oder gar erschöpfendes Bild über das Geschlechter-Verhältnis in den internationalen Medien zu gewinnen. Dennoch lassen sich nach zwei Untersuchungen im Abstand von fünf Jahren mit weiteren Stichproben Trends zur Beteiligung der Frauen im Journalismus erkennen, die nicht von der Hand zu weisen sind.

Die Broschüre „Who makes the news?“ mit Beiträgen von Georges Spears und Kasia Seydegart von Erin Research sowie einer zusätzlichen Analyse von Margaret Gallagher ist zu beziehen über WACC, 357 Kennington Lane, London SE11 5QY, U.K., Tel. +44(0)20 7582 9139, Fax 7735 0340, E-Mail: wacc@org.uk, Eine Zusammenfassung des GMMP ist im Internet unter www.wacc.org.uk abrufbar. Eine Auflistung der Daten für Deutschland befindet sich auf der homepage des Journalistinnenbundes unter www.journalistinnen.de