

rezensionen:kommunikation:medie

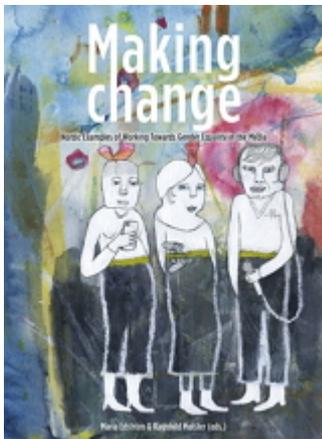
n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Maria Edström, Ragnhild Mølster (Hrsg.): Making Change

Anna Berneiser · Donnerstag den 20. August 2015

Rezensiert von Heike Graf



Nordeuropa gehört zu den Vorreitern bei der Gleichstellung der Geschlechter im Arbeits- und Privatleben. Das bestätigt der im vorigen Jahr veröffentlichte Report des [World Economic Forum](#), der die nordischen Länder auf die ersten fünf Plätze im globalen Ranking verweist.

Wie Geschlechter gerecht sind eigentlich die Medien in Nordeuropa? Gibt es einen nordischen Weg für die Geschlechtergleichstellung? Diese Fragen versucht der vorliegende Sammelband zu beantworten, der das Ergebnis des [Nordic Gender and Media Forum](#) Projektes zusammenfasst. In vier Seminaren und einer Konferenz kamen mehrere Hundert Praktiker zu Wort. Einige Stimmen aus den Bereichen Film, Journalismus, Computerspiele und Werbung sind nun veröffentlicht worden, um Gleichstellungsfragen und -strategien zu dokumentieren. Besonders zu erwähnen ist, dass der traditionelle Untersuchungsbereich Medien um die Branche der Computerspiele erweitert wurde, was mittlerweile ein neues Untersuchungsfeld für die Genderforschung geworden ist. Umfangreiche Statistiken zum Beschäftigungsgrad der Frauen in den jeweiligen Branchen, inklusive in Führungspositionen, ein Verzeichnis über Dissertationen zum Thema Gender und Medien sowie über aktuelle Initiativen runden den Band ab.

Die Herausgeber machen jedoch darauf aufmerksam, dass die so selbstverständlich anmutenden Statistiken nicht einfach zu bekommen waren und auch nicht vollständig sind. Denn über die Frage, ob und in welchem Umfang geschlechterspezifische Daten zu erheben seien, scheiden sich die Geister in den jeweiligen Ländern. Das hat zur Folge, dass die veröffentlichten Statistiken nur in bescheidenem Maße vergleichbare Daten zur Geschlechtergleichstellung in den nordeuropäischen Medien liefern. Gelernt haben die Herausgeber von diesem Projekt, heißt es,

dass vergleichbare Daten unerlässlich seien, um Fortschritte und auch Rückschritte diskutieren zu können (vgl. 11). “Denn ohne Statistik wissen wir nicht, was das Problem ist und wohin wir uns bewegen“ (10).

Der Sammelband ist in erster Linie eine Art Bestandsaufnahme. Er gibt Einblicke in die aktuelle Praxis von Geschlechterverhältnissen mit Fokus auf “good practices“ und branchenübergreifenden Initiativen, die teilweise aus der Sicht der unmittelbar Beteiligten geschrieben sind. Geschlechtergleichstellung bezieht sich sowohl auf den Produktions- sowie Programmbereich, d. h. behandelt beispielsweise Fragen der Chancengleichheit bei der Rekrutierung sowie die Problematik der Vielfalt von Programminhalten, inklusive Vielfalt von Charakteren, Stimmen und Perspektiven.

Die Stärke des Bandes liegt in der Fülle an interessanten empirischen Befunden einschließlich der gediegenen Zusammenstellung von statistischen Daten zum Geschlechterverhältnis in den Medien. Damit erhält der/die Leser/in ein umfangreiches Bild von den nordeuropäischen Verhältnissen zum Thema. Doch trägt der Band kaum zum Erkenntnisfortschritt auf theoretischem Gebiet bei, was vermutlich auch nicht das Anliegen der Herausgeber war.

Die in der Regel kurzen Berichte von über 30 Beiträgern sind nach den jeweiligen Branchen gegliedert, was zur Übersichtlichkeit beiträgt. So erfährt zum Beispiel der/die Leser/in, dass die Filmbranche noch weit vom Ziel entfernt ist: Im Jahr 2012 sind lediglich 36 Prozent der Führungspositionen mit Frauen besetzt; 31 Prozent der Filmproduzenten und nur 15 Prozent der Regisseure sind Frauen (22). Doch hat sich in den letzten 10 Jahren einiges getan. 2013 wurde beispielsweise in vier schwedischen Kinos der [Bechdel-Test](#) eingeführt als Indikator für die Präsenz und Darstellung von Frauen im Film, der schnell internationale Aufmerksamkeit erfuhr. In der Journalistik hat sich zwar der Anteil weiblicher Journalisten beträchtlich erhöht, jedoch sind die Führungspositionen noch mehrheitlich in Männerhand. Konkrete Beispiele für Initiativen zur Erhöhung des Frauenanteils werden genannt. So gibt eine Initiative in Dänemark handfeste Ratschläge: Generell sollen Stellen öffentlich ausgeschrieben werden, bei Vakanzen sollen Frauen empfohlen werden, und Frauen sollen generell keine schlechten Referenzen erteilt werden (vgl. 53). In der Werbebranche ist der Frauenanteil der Beschäftigten am höchsten mit 45 Prozent (vgl. 200). Aber auch hier ist der Frauenanteil in Führungspositionen niedrig. Als Reaktion auf öffentliche Diskussionen über frauenfeindliche Werbeeinhalte hat sich die Werbebranche mittlerweile selbst verpflichtet, geschlechterstereotype Werbeeinhalte zu vermeiden. Das Schlusslicht stellt die Branche der Computerspiele dar. In Schwedens vitaler Computerspielbranche sind nur 15 Prozent der Spielentwickler Frauen (vgl. 197), und bei den Inhalten dominieren frauenfeindliche Inhalte.

Gibt es nun einen nordischen Weg in der Gleichstellungsfrage? Die Herausgeber betonen, dass es nicht nur *einen* Weg und *eine* Lösung gibt, sondern mehrere. Jeder Schritt auf diesem Weg müsse kulturell und lokal verankert sein, wenn er gelingen soll. Ungleiche Geschlechterverhältnisse in den Medien seien Ausdruck und Folge von generellen Problemen bei der Gleichstellung in der Gesellschaft. Das bedeute, dass die Förderung von Geschlechtergleichstellung nicht isoliert erfolgen kann, sondern alle Bereiche der Gesellschaft einbezogen werden müssen. Der nordische Weg ist ein Weg der Vielfalt, schlussfolgern die Herausgeber (vgl. 12).

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)

- [Webpräsenz von Dr. Maria Edström an Universität Göteborg](#)
- [Webpräsenz von Ragnhild Mølster an der Universität Bergen](#)
- [Webpräsenz von Dr. Heike Graf an der Södertörn Universität](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Donnerstag den 20. August 2015 um 16:19
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.