

STARKE FRAUEN. STARKES LAND.

„Frauen.Leben – Frauenstrategie für
Oberösterreich 2030“

HANDLUNGSFELD 7
FRAUEN IN DEN MEDIEN

UNSERE HANDLUNGSFELDER

1. | Beruf und finanzielle
Absicherung

2. | Familie, Kinderbetreuung und
Pflege von Angehörigen

3. | Frauen in politischen,
wirtschaftlichen und gesellschaftlichen
Schlüsselpositionen

4. | Frauen in der
Wissenswelt

5. | Frauen im
ländlichen Raum

6. | Frauen und
Gesundheit

7. | Frauen in den
Medien

8. | Wertschätzung und
Frauensolidarität

A photograph of a man with a beard and glasses and a woman with blonde hair looking at a laptop together. The man is on the left, wearing a plaid shirt and glasses, looking down at the laptop. The woman is on the right, wearing a red shirt, looking up at the man. The laptop is in the foreground, held by the man. The background is a bright, indoor setting.

**GEHÖRT,
GESCHÄTZT.
UND GUT
IM BILD.**

7.

FRAUEN IN DEN MEDIEN

DAS WOLLEN WIR
ERREICHEN (ZIELE):

DIE MEDIALE KOMMUNIKATION IN WORT UND BILD BILDET DIE CHANCENGLEICHHEIT VON FRAUEN UND MÄNNERN AB.

Die Kommunikation über Medien bestimmt unser Leben wie nie zuvor. Welche Menschen und welche Rollenbilder in den Medien gezeigt werden, bestimmt unsere Wahrnehmung von Geschlechterrollen. Auch der Werbebranche kommt dabei hohe Verantwortung zu. Die Gleichstellung von Frauen und Männern und entsprechende sprachliche, optische und kommunikative Umsetzungen sind keine Selbstverständlichkeit.

MEDIEN KOMMUNIZIEREN KLISCHEEFREIE FRAUENBILDER UND ZEIGEN DIE VIELFALT DER LEBENSMODELLE.

Medien stellen oftmals ältere Männer als „weise“ dar und ältere Frauen nur als „Witwen“. Viele Frauen werden entlang von traditionellen Rollenbildern und Klischees gezeigt. Wichtig ist es, die Medien zu sensibilisieren, die Vielfalt der Lebensmodelle darzustellen, Frauen in allen Altersgruppen und Lebenssituationen.

DIE MEDIENPRÄSENZ VON FRAUEN UND MÄNNERN IST REPRÄSENTATIV.

Nach wie vor sind Frauen in den aktuellen journalistischen Medien in Wort und Bild unterrepräsentiert, zudem bestimmt die Auswahl von Themen die Erweiterung oder Manifestation von Rollenbildern.

Frauen werden in den Medien klischeefrei und in vielfältigen Rollen dargestellt. Sie sind repräsentativ im Sinne der Chancengleichheit zu ihrem Anteil an der Bevölkerung vertreten.

FRAUEN IN DEN MEDIEN

UNSERE MASSNAHMEN

- Ausgewogene Darstellung unterschiedlicher Frauenbilder, realistische Körperbilder von Frauen, in allen Altersgruppen, in unterschiedlichen Lebensformen bzw. -modellen
- Frauen sind präsent mit Bild, Wort und Namen
- Darstellung neuer Männer- und Väterbilder
- Öffentliches Auftreten gegen Gewalt und Sexismus in der Werbung
- Integration dieser Themen in die Ausbildung von Medienschaffenden
- Besondere Berücksichtigung in der Kommunikation mit bildungsfernen Frauen
- Leitfäden gleichstellungsgerechter Medienkommunikation
- Gezielte Angebote für pädagogisches Personal, Eltern und junge Paare
- Spiele, Unterrichtsmittel und Lehrpläne spiegeln die Chancengleichheit von Frauen und Männern wider

Ausgewogene Darstellung unterschiedlicher Frauenbilder, realistische Körperbilder von Frauen, in allen Altersgruppen, in unterschiedlichen Lebensformen bzw. -modellen

Schönheitsideale und Körpermanipulationen müssen kritisch diskutiert werden. Die Selbstwahrnehmung von Frauen wird stark durch Schönheitsideale bestimmt, die gerade in der Werbung durch weitgehende Manipulation weiblicher Körper entstehen. Das ist einerseits bewusst zu machen und andererseits immer wieder kritisch öffentlich zu diskutieren. Die Akzeptanz krankmachender Ideale muss sinken. In der Kommunikation im Journalismus und der Werbung ist auf eine ausgewogene, positive Darstellung unterschiedlicher Frauenbilder und Lebensformen Bedacht zu nehmen

Frauen sind präsent mit Bild, Wort und Namen

Medien können Gesellschaftsbilder sowie die Vorstellung über die Geschlechter prägen. Sie können zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern beitragen, indem sie keine Klischees in Geschlechterrollen festschreiben und darauf achten, dass Frauen in gleichem Ausmaß wie Männer in den Medien in Bild, Wort und mit Namen präsent sind.

Darstellung neuer Männer- und Väterbilder

Rollenbilder von Männern verändern sich, immer mehr Väter beteiligen sich an der Kinderbetreuung und nehmen sich Väterkarenz oder eine Auszeit für ihre Kinder. Dieser Wandel soll auch in den Medien sichtbar sein.

Öffentliches Auftreten gegen Gewalt und Sexismus in der Werbung

Ein öffentliches Auftreten der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verantwortungsträger gegen Gewalt und Sexismus in der Werbung kann viel bewirken.

FRAUEN IN DEN MEDIEN

Eine zentrale Stelle soll in Oberösterreich Beschwerden in Bezug auf Gewalt und Sexismus in der Werbung bearbeiten und eng mit der Gleichbehandlungsanwaltschaft und mit dem Werberat zusammenarbeiten.

Integration dieser Themen in die Ausbildung von Medienschaffenden

Mittels Leitfäden und Empfehlungen soll die Sensibilität der Medien und der Kommunikationsbranche für geschlechtergerechte Sprache und Berichterstattung deutlich erhöht werden. In der Ausbildung von Medienschaffenden soll das Thema integriert werden. In der landeseigenen Kommunikation sind diese Richtlinien selbstverständlich vorbildgebend anzuwenden.

Besondere Berücksichtigung in der Kommunikation mit bildungsfernen Frauen

Besonders Bedacht ist in der Kommunikation von Informationen auch auf bildungsferne Frauen zu nehmen. Sie haben oftmals Probleme mit dem Lesen und brauchen andere Kanäle und Zugänge zur Information.

Leitfäden gleichstellungsgerechter Medienkommunikation

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Unternehmenskommunikation werden Workshops zum Thema geschlechtergerechte Sprache angeboten und werden mit Empfehlungen dazu zur Mediengestaltung versorgt. Dazu wird der Gender Mainstreaming Leitfaden des Landes Oberösterreich neu und breit aufgelegt.

Gezielte Angebote für pädagogisches Personal, Eltern und junge Paare

Zum Thema mediale Kommunikation über Geschlechterrollen sollen verstärkt Pädagoginnen und Pädagogen, aber auch Eltern und junge Paare mit Angeboten versorgt werden, damit sie beispielsweise bewusster Schul- und Lesebücher für ihre Kinder im Hinblick auf Geschlechterrollen auswählen (beispielsweise auch Mädchen sind Technikerinnen, Traktorfahrerinnen, Pilotinnen etc.).

Spiele, Unterrichtsmittel und Lehrpläne spiegeln die Chancengleichheit von Frauen und Männern wider

Spiele, Unterrichtsmittel und Lehrpläne sollen die Chancengleichheit von Frauen und Männern widerspiegeln. Diese kann mit neuen Projekten an Schulen und in neuen Medien an Gewicht gewinnen. Ein kritischer Umgang mit sozialen Medien ist gerade im Hinblick auf Geschlechtergerechtigkeit verstärkt anzulegen.



Medien kann man nicht aus der Verantwortung entlassen, wenn es darum geht, wie Frauen gezeigt werden, wer zu Wort kommt oder wie viele Frauen Führungsaufgaben in Medienhäusern inne haben.

Dr.ⁱⁿ Christine Haiden

Impressum:

Medieninhaber und Herausgeber:

Büro Landesrätin Mag.^a Christine Haberlander, Bahnhofplatz 1, 4021 Linz

Inhalt:

Amt der Oö. Landesregierung, Direktion Präsidium, Abteilung Frauenreferat,
Landhausplatz 1, 4021 Linz

Redaktion:

Dipl. Päd.ⁱⁿ Beate Zechmeister, MA
Dr.ⁱⁿ Gerlinde Stöbich B'VM
Dr.ⁱⁿ Christine Haiden, Welt der Frauen

Grafiken/Statistiken:

Land Oberösterreich; Abteilung Statistik
Umfragen: IMAS, Linz

Fotos:

Joachim Haslinger, Land OÖ./Franz Linschinger, Land OÖ, iStock.com/Geber86,
iStock.com/nito100, iStock.com/mediaphotos, iStock.com/alvarez, iStock.com/Georgijjevic,
iStock.com/AleksandarNakic, iStock.com/boggy22, iStock.com/vladans, iStock.com/filadendron;

Layout und Gestaltung:

upart Werbung & Kommunikation GmbH

Druck:

BTS Druckkompetenz GmbH

DVR:

0069264

www.frauenreferat-ooe.at

www.facebook.com/frauenreferatooe.at