



Checkliste zur gendersensiblen Gestaltung von Printmedien

Die folgende Checkliste ist eine Ergänzung zum „Leitfaden zur gendersensiblen Gestaltung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit“. Diese dient einem umfassenden Einstieg in die Thematik „Umsetzung von Gender Mainstreaming in der Öffentlichkeitsarbeit“ und unterstützt die Entwicklung von Routinen. Eine zeitsparende Prüfung kann in der täglichen Arbeit mit der vorliegenden Checkliste vorgenommen werden.

Vorüberlegungen

Welche Zielgruppen sollen mit dem Printmedium in erster Linie angesprochen werden?

Haben Männer und Frauen unterschiedliche Interessen in Bezug auf das Thema des Printmediums? Worin bestehen die Unterschiede?

Check: Sprache

Sind beide Geschlechter in der jeweiligen männlichen und weiblichen Form explizit und gleichberechtigt benannt?

Werden Personenbezeichnungen kreativ verwendet und variiert?

Werden handelnde Personen benannt?

Ist das Pronomen ‚man‘ im Text vermieden?

Werden die Handlungen von Männern und Frauen mit qualitativ gleichwertigen Verben beschrieben?

Ist der Text gut leserlich?

Ist das Printmedium konsequent sprachlich gendersensibel gestaltet?

Check: Bilder

Werden Männer und Frauen gleichberechtigt dargestellt?

Wird auf Bilder, die stereotype Geschlechterrollen und Klischees darstellen, verzichtet?

Sprechen die Motive beide Geschlechter gleichermaßen an?

Sind unterschiedliche Motive (Menschen, Tiere, Natur) abgebildet?

Sind die Bilder zeitgemäß?

Check: Themen

Bei Einzeltexten:

Ist das Thema so aufbereitet, dass es die unterschiedlichen Interessen von Frauen und Männern berücksichtigt?

Werden Männer und Frauen und ihre Leistungen gleichberechtigt präsentiert?

Bei Gesamtwerken (mit mehreren Einzeltexten):

Sind die Themen im Gesamtwerk so gewählt, dass sowohl die Interessen von Männern als auch die Interessen von Frauen berücksichtigt sind?