

BEWAFFNET MIT KUGELSCHREIBER UND MIKROFON

MEDIEN ALS WERKZEUG SOZIALER ENTWICKLUNG

Eine Studie




**frauen*
solidarität**

Mit finanzieller Unterstützung von



Die Veröffentlichung wurde mit Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht.
Für den Inhalt dieser Veröffentlichung ist allein die Frauensolidarität verantwortlich; der
Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.

 Österreichische
Entwicklungszusammenarbeit

 **Dreikönigsaktion**
Hilfswerk der Katholischen Jungschar

 **bmask**
BUNDESMINISTERIUM FÜR
ARBEIT, SOZIALES UND
KONSUMENTENSCHUTZ

Impressum

Herausgeberin: Frauensolidarität – feministisch entwicklungspolitische Informations-
und Bildungsarbeit, Sensengasse 3, A-1090 Wien, ZVR-Zahl: 624081934,
Telefon +43 1 3174020, www.frauensolidaritaet.org, office@frauensolidaritaet.org

Copyright: Frauensolidarität 2014

Autorin: Caroline Haidacher

Redaktion: Claudia Dal-Bianco und Helga Neumayer

Lektorat: Gertie Aichhorn

Grafische Gestaltung: www.weiderand.net

Druck: Rema-Print-Littera Druck, Neulerchenfelderstraße 35, 1160 Wien



Frauen können eine Geschichte erzählen, die den Standpunkt von Frauen wiedergibt und nicht den Standpunkt der Mainstream-Kultur. (...) Wenn wir uns Geschichten erzählen, dann können wir daraus auch lernen. Auf verschiedenste Art und Weise.

Lindsey Collen, Mauritius, Schriftstellerin (2012)

Wenn wir wollen, dass unsere Worte wertgeschätzt werden; wenn wir eine Welt wollen, die für Männer und Frauen lebenswert ist; wenn wir gesellschaftliche Gleichberechtigung wollen, dann müssen wir Frauen über die alternativen Medien bestimmen. Über Medien, die jegliche Form der Gewalt gegen Frauen als Epidemie erachten und auch als solche behandeln.

*Jamileth Chavarria Mendieta, Nicaragua/Spanien,
Radioaktivistin (2013)*

Für mich ist Radio das Medium mit der stärksten Wirkungskraft. Radio hat die Macht, Grenzen, die durch ungleichen Zugang zu Bildung entstehen, zu überwinden. Um Radio zu hören oder zu produzieren, braucht man kaum Geld und keine aufwendigen technischen Geräte. Vor allem für Frauen, die zuhause arbeiten, ist das Radio ein unersetzbarer Kontakt zur Außenwelt. Es ist das einzige Medium, das sie konsumieren können, ohne ihre Arbeit stehen zu lassen. Das Fernsehen kann das nicht.

Seidy Salas Viquez, Costa Rica, Radioaktivistin (2013)

Es gibt verschiedene Aspekte, die man bei Frauenbewegungen, die ihre eigenen Medien haben, berücksichtigen sollte. Einen Radio- oder Fernsehsender, eine Zeitung oder Zeitschrift zu haben ist gut, da man selbst über den Inhalt und die Ausrichtung bestimmen kann. Doch wie viele Inhalte vermittelt man, wie viele Menschen erreicht man damit? Selbst wenn Frauenbewegungen ihre eigenen Medien haben, sollten Sie trotzdem mit Mainstream-Medien zusammenarbeiten. Denn die Medien bestimmen über gesellschaftliche Themen. Daher ist es nützlich für Frauenbewegungen, eine gute Arbeitsbeziehung zu den Medien zu pflegen. Die Medien müssen einbezogen werden, damit sie die Anliegen verstehen und diese mit den Informationen, die ihnen zur Verfügung gestellt werden, unterstützen können.

Valerie Msoka, Tansania, Journalistin (2013)

Inhalt

5	Vorwort
7	Einleitung
9	I. Frauen, Gender und Medien
10	UN-Weltfrauenkonferenz in Peking
11	Das Global Media Monitoring Project (GMMP)
17	II. Eine neue Ära der Kommunikation
18	Der MacBride-Report
22	World Summit on the Information Society (WSIS)
23	Weltsozialforum (WSF) und Weltforum für Freie Medien (WFFM)
24	World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC)
29	International Programme for the Development of Communication (IPDC)
30	World Association of Christian Communication (WACC)
32	III. Community-Medien: „Everyone is a witness, everyone is a journalist“
34	Wer steht hinter den Medien? – Ownership
35	Kleine Geschichte der Community-Medien
36	Neue Medien
37	Community-Medien in Lateinamerika
38	Community-Medien in Afrika
40	IV. Beispiele der medialen (Selbst-)Organisation
41	Nutzung von Fantasie und Kreativität (Costa Rica)
43	Das Radiodrama
43	„Mut zu einer anderen Welt“
46	Pionierinnenarbeit auf regionaler Ebene (Namibia)
47	Sister Namibia
48	„Wir wollen eine kritische Stimme sein“
49	Wissenschaft und Basisarbeit transnational vernetzt (Südafrika)
50	Gender Links
52	„Wir müssen uns einmischen“
53	Bewusstseinsbildung von Journalist_innen (Tansania)
54	Media Gender Code of Ethics
56	TAMWA
58	„Bewaffnet mit Kugelschreiber und Mikrofon“
61	Mit einer Kunstfigur gegen Gewalt (Nicaragua)
62	Radio Palabra de Mujer
63	„Der Feminismus hat mir das Leben gerettet“
66	Crossmedialer Widerstand (Kolumbien)
69	OFP – Organización Femenina Popular
71	„Solidarität globalisieren“
74	Zusammenfassung
75	Conclusio
78	Quellen
82	Abkürzungsverzeichnis

Vorwort

zur Studie „Medien als Werkzeug sozialer Entwicklung“

Als Aktivistinnen im Radio hatten wir selbst viel gelernt: Wir wissen, wie frau Ruhe bewahrt, während sie eine Livesendung mit dem Studio voller Menschen moderiert, wie sie ein Mischpult souverän bedient, den Überblick über ein feministisch relevantes Thema und über ca. zwölf Musik-Tracks behält.

Als „Women on Air“ hatten wir seit 2005 auch die Gelegenheit, Kolleg_innen aus aller Welt kennenzulernen. Da waren die Begegnungen mit unseren mutigen kolumbianischen Freundinnen der Organización Femenina Popular (OFP), die die menschenverachtenden Praktiken von transnationalen Konzernen, Paramilitärs und Staat mit einer Vereinszeitung, mit Radioprogrammen und mit TV-Einschaltungen zu entblößen versuchten. Ihre Moderatorinnen erhielten Todesdrohungen und mussten Folter erleiden und hatten dennoch eines klar vor Augen: Der beste Schutz für Menschenrechtsverteidigerinnen ist ihre laute Stimme in der Öffentlichkeit.

Von den Bemühungen der professionellen Medienexpertinnen der Tanzanian Media Women's Association (TAMWA) lernten wir, durch konkordierte Frauen- und Menschenrechtskampagnen von Journalistinnen auf Mainstream-Medien mit Erfolg Einfluss zu nehmen.

Wir fanden heraus, wie lange sich die Kolleginnen in Zentralamerika bereits in kreativer Weise mit Radio und alternativen Medien auseinandergesetzt hatten – von feministischen „Soaps“ über magische Radiocharaktere bis zu unterstützenden Sendungen für Migrantinnen „en ruta norte“, auf dem Weg in den Norden. Auch hier fanden wir vieles, was wir selbst noch zu lernen hatten.

Schließlich blättern wir in internationalen Regelwerken nach: Haben Frauen ein verbrieftes Recht auf Massenkommunikation? Inwieweit dürfen sie das mediale Frauenbild selbst bestimmen? Warum ist weltweit gerade Radio ein so wichtiges Kommunikationsmittel für Frauen?

Diese Fragen führten zur eingehenderen Beschäftigung mit dem Thema, und nun halten wir das Ergebnis der Recherche in den Händen: eine Studie, die Grund zur Hoffnung gibt. Denn die Welt, in der wir leben, degradiert zwar Frauen und Mädchen in hohem Maße zu billigen Arbeitskräften. Sie enthält ihnen in hohem Maße grundlegende wirtschaftliche, kulturelle und soziale Rechte und die Selbstbestimmung über den eigenen Körper vor. Gleichzeitig gibt es aber in allen Ecken derselben Welt Aktivitäten von Frauen, die sich mutig und Schritt für Schritt ihre Teilhabe an der Gesellschaft und ihre Souveränität über den eigenen Körper erkämpfen. Besonders tun sie dies im Bereich der Medien, und dort ist es auch am besten zu hören, zu sehen, zu lesen: Eine andere Welt ist nicht nur möglich, sie ist dringend notwendig. Jetzt!

Claudia Dal-Bianco und Helga Neumayer
Redaktion

Warum ist es für Frauenbewegungen bzw. Frauenorganisationen wichtig, Medien selbst in der Hand zu haben?

Von Marie von Ebner-Eschenbach stammt der kluge Hinweis: „Ausnahmen sind nicht immer Bestätigung der alten Regel. Sie können auch Vorboten einer neuen Regel sein.“ Ich glaube, das beschreibt auch sehr treffend die Position von Frauen in der Medienwelt –was sowohl den redaktionellen als auch den wirtschaftlichen Bereich anbelangt. Medien in den Händen von Herausgeberinnen, Verlegerinnen, Chefredakteurinnen, Ressortleiterinnen sind noch die Ausnahme, aber auch hier sehe ich Veränderungen, die dringend nötig einer neuen Regel den Weg weisen.

Frauenbewegungen, Frauenorganisationen und generell Frauen als Herausgeberinnen und Produzentinnen von Medien halte ich für einen Schlüssel, um die bestehenden Machtverhältnisse in Politik und Gesellschaft zu verändern. Frauen setzen andere Schwerpunkte, haben andere, neue, bessere Blickwinkel und Herangehensweisen für die bislang viel zu sehr von Männern dominierte Medienwelt. Frauen geben andere, bessere, neue Antworten auf die aktuellen Fragen und zeigen andere, bessere, neue Auswege aus den Krisen, die uns bedrängen.

In Anlehnung an Marx, der von der „Vergesellschaftung der Produktionsmittel“ gesprochen hat, womit er die Inbesitznahme der Produktionsmittel durch die Arbeiter_innen selbst gemeint hat, möchte ich hier von einer „Verfrauung der Medien“ sprechen. Gerade für Frauenbewegungen und Frauenorganisationen, die sich einem emanzipatorischen Anspruch verpflichtet fühlen, sehe ich hier einen Auftrag. Im Gegensatz zu den Boulevardmedien, mit ihrem einseitigen Frauenbild, gilt es seitens dieser (feministischen) Frauenbewegungen, eigene Gegenmedien zu publizieren, die unser Frauen- und Weltbild beschreiben, erklären und bewerben.

„Für das Können gibt es nur einen Beweis: das Tun“, hat Marie von Ebner-Eschenbach auch einmal gesagt. Ich bin fest überzeugt, dass Frauenbewegungen und Frauen einen bedeutenden Unterschied in der Medienwelt machen – lasst es uns tun!

Ulrike Lunacek, MEP

*Vizepräsidentin und Außenpolitiksprecherin der Grünen im Europaparlament
und Obfrau der Frauensolidarität*



Einleitung

Machtlosigkeit und Unsichtbarkeit sind Schlüsselfaktoren für Armut. Frauen sind davon stärker betroffen als Männer – Tendenz steigend, vor allem in den Ländern des globalen Südens. Studien haben dies in den letzten Jahren immer wieder gezeigt. Sie haben aber auch offenbart, wie sehr die politische Partizipation von Frauen durch Bewusstseinsbildung und Information wächst und sich ihre Situation dadurch verbessern kann. Wenn Frauen die politischen Prozesse in ihren Gemeinschaften kennen, können sie sich viel stärker in die Demokratisierungsprozesse einbringen.

Dabei spielen die Medien eine fundamentale Rolle. Alternative Medien zielen auf die soziale Einbindung aller Gesellschaftsschichten ab, während staatliche Medien auf exklusive Art und private Medien auf quotenorientierter Basis arbeiten. Letztere haben kein spezielles Interesse an Geschlechtergerechtigkeit und sozialer Einbindung.

Community-Medien hingegen erleichtern den Zugang von Frauen zu Medien und zur Verbreitung von Information. Frauen werden dadurch zu politischen und eigenmächtigen Akteurinnen. Diese Partizipation trägt nicht nur zur Stärkung der Frauen, sondern auch zur Verminderung der geschlechterspezifischen Armut, vor allem in sogenannten Entwicklungsländern, bei. Wenn Frauen aber vom Wissen über die politischen Dynamiken ausgeschlossen werden, fehlt ihnen das Werkzeug für eine aktive Teilnahme an den Demokratisierungsprozessen. Kommunikationsrechte einzufordern und zu erreichen ist also ein wichtiger Schritt in Richtung Geschlechtergerechtigkeit.

Globale und kommerzialisierte Medienfirmen haben dazu beigetragen, dass die Vielfalt in den Medienlandschaften zurückgegangen ist. Damit einhergehend sind auch die Schranken für Frauen größer geworden. Die offensichtliche Kontrolle der dominierenden sozialen Gruppen über marginalisierte und indigene Sektoren der Gesellschaften hat dadurch einen noch größeren Spielraum bekommen.

Community-Medien, vor allem das Radio, sind in dieser globalen Schieflage ausgleichende Akteur_innen. Sie sind effektive Instrumente für das Vorantreiben von Frauenbeteiligung in politischen Strukturen und Entscheidungsprozessen. Das Community-Radio wird nicht von Firmen- oder Regierungsinteressen kontrolliert und hat so die Möglichkeit, Themen unabhängig zu behandeln. Es bedient sich des regionalen Sprachduktus, der die Informationen und die Diskussionen den lokalen Communities zugänglich macht. Für Analphabet_innen – darunter viele Frauen – ist das Radio oftmals die wichtigste Informationsquelle.

Auf allen Kontinenten sind Frauen als Redakteurinnen und Journalistinnen in Print, Hörfunk, Fernsehen und Web tätig. Menschenrechts- und Frauenrechtsaktivistinnen nutzen Medien auf vielfältige Weise zur Verbreitung ihrer Anliegen, Forderungen und Inhalte.

Mit dieser Studie wird aufgezeigt, wie Frauen und Frauenorganisationen in Zentralamerika und im Südlichen Afrika Medien als Mittel zur sozialen Entwicklung nutzen.

Ein Meilenstein in der Frauenbewegung war die 4. Weltfrauenkonferenz in Peking 1995. Die Sektion J der Aktionsplattform, die aus der Konferenz hervorging, definierte konkrete Ziele, die in Bezug auf Frauen und Medien erreicht werden sollen. Dass dies bis heute nicht passiert ist, zeigt der *Global Media Monitoring Report*, der alle fünf Jahre erhoben wird. Damit beschäftigt sich der erste Teil dieser Arbeit.

Der zweite Teil beleuchtet die Debatte rund um Kommunikationsrechte im 20. und 21. Jahrhundert, die 1980 mit der Veröffentlichung des *MacBride-Reports* einen Höhepunkt erreichte, und gibt einen Überblick über wichtige Institutionen im Medienbereich.

Der dritte Teil beschäftigt sich mit den unterschiedlichen Definitionen von Community- und alternativen Medien und hebt die Unterschiede zu staatlichen, öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Medien hervor. Er geht spezifisch auf die Medienlandschaften in den für diese Studie relevanten Regionen Zentralamerika und Südliches Afrika ein. Der vierte Teil schließlich zeigt auf, welche Strategien Frauen und Frauenorganisationen verwenden, um ihre Anliegen medial zu transportieren und dadurch einen gesellschaftlichen Wandel herbeizuführen. Das Spektrum ist breit – von feministischen Radiosendern in kleinen Dörfern bis hin zu transnationalen Netzwerken nutzen die Protagonistinnen dieser Studie alle Möglichkeiten, die die moderne Kommunikationstechnologie bietet, um ihre Anliegen zu verbreiten.





I. FRAUEN, GENDER UND MEDIEN

„Die Existenz der modernen Frau vollzieht sich auf drei Ebenen: im Beruf, in der Familie und in der Öffentlichkeit. Die Bezeichnung ‚Frau und Gesellschaft‘, die unser Programm in all seinen Aspekten und wesentlich moderner und präziser definieren würde, fand aber keinen Beifall. ‚Familienfunk‘ ist in diesem Sinne eine Einschränkung.“

Lore Walb (Rundfunkjournalistin), als 1968 der „Frauenfunk“ des BR in „Familienfunk“ umbenannt wurde.

Das Thema Gender ist immer noch nicht in die Mainstream-Berichterstattung integriert. Innerhalb des professionellen Journalismus herrscht die Annahme, dass Gender ein Nischenthema sei. Es ist in den großen Medien keine anerkannte Tatsache, dass jede „richtige“ Nachrichtenmeldung – über Konflikte, Katastrophen, Politik, Wirtschaft, Gewalt und Recht – einen Gender-Aspekt hat. Ein Nachrichtenbeitrag kann von diesem Aspekt stark profitieren, denn er kann eine neue Story schaffen.

Die Existenz von Community-Medien als Alternativen zum Mainstream hat daher eine besondere Bedeutung für das Vorantreiben von Frauenrechten. Medien, die unabhängig von Quoten, Geldgeber_innen und Werbeeinnahmen berichten, können es sich auch leisten, „unpopuläre“ Themen aufzugreifen und explizit die traditionellen Geschlechterrollen in Frage zu stellen.

Die Bemühungen, die heterosexistische Schieflage aus der Berichterstattung zu verbannen und eine ausgeglichene Nachrichtenform zu erreichen, gibt es seit Jahrzehnten. Als Meilenstein in der Debatte rund um Frauen und Medien gilt die 4. Weltfrauenkonferenz in Peking 1995. Die Forderungen, die damals erstmals auf UN-Ebene formuliert worden waren, haben bis heute Gültigkeit. Immer wieder werden sie in Reports und Publikationen aufgegriffen – leider meistens, um aufzuzeigen, dass sie noch keinesfalls erfüllt sind.

UN-Weltfrauenkonferenz in Peking

Die 4. Weltfrauenkonferenz in Peking im Jahr 1995 gilt als Markstein der internationalen Verankerung von Frauenrechten. Es wurde eine Aktionsplattform verabschiedet, die konkrete Maßnahmen zum Abbau von Frauendiskriminierung und Herstellung von Geschlechtergerechtigkeit formulierte. Bei dieser „Pekinger Aktionsplattform“ wurden zwölf Felder als „kritisch“ hervorgehoben – darunter das Themenfeld „Frauen und Medien“.

Die Sektion J der Aktionsplattform hebt die vitale Rolle der Medien zur Vorantreibung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen hervor. Sie weist auf die aktive Beteiligung der Frauen in den Medien und ihre gleichzeitige Ausgrenzung aus den Führungsgremien der Massenmedien hin. Die Sektion J fordert Reformen und verpflichtet Staaten, entsprechende Schritte wie Ausbildung, Forschung und Förderung zu setzen.

Die in der Pekinger Aktionsplattform formulierten strategischen Ziele der Sektion J sind:

- die Beteiligung von Frauen in den Medien generell und in Führungspositionen im Speziellen,
- der Zugang von Frauen zu neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICTs),
- eine ausgewogene, nicht stereotype Berichterstattung über Frauen.

Die Resolution der 4. Weltfrauenkonferenz skizziert den Moment der Entwicklung, in der sich die Medien und die Informationstechnologie 1995 befinden:

Die Informationstechnologie entwickle sich rasant weiter, das dadurch entstehende globale Netzwerk habe Einfluss auf die junge Generation und biete Potenzial für Entwicklung. Viele Frauen arbeiteten im Kommunikationssektor, verhältnismäßig wenige seien aber in Führungspositionen. Gewalttätige und pornografische Darstellungen hätten Auswirkung auf die gesellschaftliche Partizipation von Frauen – die negative und degradierende Berichterstattung über Frauen müsse ausgeglichen werden.

Selbstkontrollmechanismen sollen geschaffen werden und Frauen in Entscheidungsprozesse hinsichtlich neuer Technologien mit einbezogen werden. Nur so könnten sie uneingeschränkt am Wachstum und seinen Auswirkungen teilhaben. Viele Frauen, vor allem in den sogenannten Entwicklungsländern, hätten keinen Zugang zu den immer größer werdenden Datenautobahnen. Sie könnten deswegen keine Datennetze errichten, die ihnen Zugang zu alternativen Informationsquellen erschließen. In Hinblick auf die Mobilisierung der Medien sollten Regierungen eine aktive und sichtbare Politik der Einbeziehung des Geschlechteraspekts in allen Programmen betreiben.

Die strategischen Ziele der Aktionsplattform

Die vorgeschlagenen Maßnahmen richten sich an Regierungen, an die Medien selbst sowie an Nichtregierungsorganisationen und die Zivilgesellschaft.

ZIEL 1

Erhöhung der Mitwirkung und des Zugangs von Frauen in Bezug auf Ausdrucksmöglichkeiten und Entscheidungsprozesse in und durch die Medien und neue Kommunikationstechnologien

Die Aktionsplattform fordert Maßnahmen in einem Rahmen, der die Meinungs- und Pressefreiheit nicht verletzt. Die Forderungen beziehen sich auf folgende Themenbereiche:

- Förderung von Ausbildungs- und Trainingsprogrammen,
- Unterstützung von Frauen-Netzwerken,
- Schaffen von ausgewogenen Verhältnissen bei der Ernennung von Frauen und Männern in die unterschiedlichsten Positionen,
- Erstellung von Selbstkontrollmechanismen und professionellen Richtlinien,
- Förderung von kultureller und ethnischer Vielfalt,
- Gewährleistung der Meinungs- und Pressefreiheit.

ZIEL 2

Förderung der ausgewogenen und nicht stereotypen Darstellung von Frauen in den Medien

Auch für das Erreichen des zweiten strategischen Ziels fordert die Aktionsplattform Maßnahmen im Einklang mit der Meinungs- und Pressefreiheit, die sich auf folgende Felder beziehen:

- Verstärkung der Beteiligung von Frauen an Entscheidungsprozessen,
- Selbstkontrollmechanismen der öffentlichen und privaten Medien sowie der Werbebranche,
- Förderung von Bildungs-, Trainings- und Forschungsprogrammen,
- Infragestellen der gängigen Darstellung der Frau als minderwertig und Beendigung der Ausbeutung der Frau als Sexualobjekt,
- Beleuchtung des Gender-Aspekts in allen Themenbereichen,
- Unterstützung der Entstehung, Entwicklung und Finanzierung von alternativen Medien.

Das Global Media Monitoring Project (GMMP)

76 Prozent aller Menschen, von denen in den Nachrichten der Welt zu hören oder zu lesen ist, sind männlich. Wenn es in diesem Tempo weitergeht, braucht es noch 43 Jahre, bis die Nachrichtenpräsenz von Frauen ihrem Anteil an der Weltbevölkerung entspricht

(Deutscher Journalistinnenbund, GMMP 2010).

Das *Global Media Monitoring Project* (GMMP) hat auch 2010 wieder gezeigt, dass die Ziele von Peking nicht erreicht sind.

Das GMMP ist die umfangreichste Erhebung zu Frauen und Geschlecht in den Medien. Ziel ist die Veränderung des Frauenbildes in den Medien – das strategische Ziel 2 der Sektion J der Pekinger Aktionsplattform. Die Erhebungen werden seit 1995 alle fünf Jahre von Aktivist_innen in aller Welt durchgeführt, mit der letzten Datenerhebung im Jahr 2010 mit 108 teilnehmenden Ländern. Koordiniert wird das Projekt von der WACC

(World Association of Christian Communication) in Kanada. An dem Projekt beteiligen sich Grassroots-Organisationen, Student_innen, Forscher_innen und Medienschaffende sowie viele Freiwillige aus den unterschiedlichsten Bereichen. Nach der letzten Zählung 2010 erstellte die WACC zusammen mit der *International Federation of Journalists* (IFJ) ein Handbuch für gender-bewussten Journalismus.

Der aus der Studie hervorgehende Report trägt den Titel „Who makes the news?“ und zeigt die Unsichtbarkeit von Frauen in der Berichterstattung auf. Das Resümee spiegelt Machtverhältnisse wider: zwischen 1995 und 2005 waren rund 21 % der Personen, die in den Nachrichten vorkommen, Frauen.

Die Zahlen des Reports von 2010 zeigen nur marginale Veränderungen: 24 % der Menschen, die in den Nachrichten gehört oder gesehen werden, sind diesmal Frauen.

Who makes the news 2010? – Globale Zahlen

Für die Erhebung wurde ein „normaler“ Tag ausgesucht, der mit keinen großen internationalen Ereignissen kollidierte – der 10. November 2009. Allerdings fielen genau auf diesen Tag zufällig zwei Ereignisse in Deutschland, die sich in den Ergebnissen niederschlugen: die Antrittsrede von Angela Merkel nach ihrer Wiederwahl und der 20. Jahrestag des Falls der Berliner Mauer.

Insgesamt nahmen 108 Länder auf allen Kontinenten, in denen 82 % der Weltbevölkerung leben, an der Medienbeobachtung teil. Rund 1.000 Zeitungen, Radio- und Fernsehsender sowie Webseiten mit Nachrichteninhalten wurden ausgewertet. Nicht ganz 20.000 Nachrichten wurden analysiert und mehr als 35.000 Personen als Gegenstand der Nachricht gezählt.

Nachrichtenfelder, denen Frauen zugeordnet werden:

- Gesundheit: 32 %
- Wirtschaft: 20 %
- Politik und Regierung: 19 %
- Bildung: 2 %
- Menschenrechte: 1 %

Bereiche, in denen mehrheitlich **Männer als Experten** herangezogen werden:

- Bildung: 69 %
- Recht: 83 %
- Wissenschaft: 90 %

Als Expertinnen fungieren Frauen nur im Bereich Gesundheit zu 31 % – jenem Themenfeld, in dem sie am häufigsten als Gegenstand der Nachricht genannt werden.

Männer fallen also generell eher in die Kategorie „Experten“, während Frauen „Menschen“ sind – und als solche ist ihre Stimme gefragt: Wenn es um Haushaltsführung oder Elternthemen geht, sind 72 % der Personen, die zu Wort kommen, Frauen. Jenseits von Haus und Kindern bleiben Frauen im weltweiten Nachrichtenbild also fast unsichtbar.

- Das **Alter** von Frauen wird in Nachrichten zweimal so oft genannt wie das der Männer. Auch ihr **Familienstatus** wird öfter genannt als jener der Männer.
- In 18 % der Nachrichten, in denen Frauen Gegenstand sind, werden sie als **Opfer** dargestellt, Männer hingegen nur in 8 % der Nachrichten.
- Auch als **Medienmacherinnen** sind Frauen weniger präsent als Männer.

Als Radioreporterinnen waren Frauen bei der letzten Zählung weniger zu hören als im Jahr 2005. Allerdings gibt es mehr Anchorwomen und ältere Frauen als Nachrichtensprecherinnen als zuvor.

Als Sendungsgestalter dominieren Männer bei den Themen Politik, Regierung, Wirtschaft und Kriminalität (70 %). Sogar im Themenfeld Gesundheit ist die Zahl der Frauen im Vergleich zu 2000 zurückgegangen, nämlich von 46 % auf 44 %. Allerdings gibt es mehr Frauen in der Auslandsberichterstattung.

Schließlich hat die weltweite Erhebung außerdem gezeigt: In Berichten, die von Frauen gemacht sind, sind Frauen auch häufiger Thema.

Internetnachrichten

Die Zahlen, die sich aus dem Monitoring der Internetseiten ergeben haben, zeigen, dass die Unterrepräsentation von Frauen von den traditionellen Medien in die virtuelle Nachrichtenwelt mitgenommen worden ist. Das Internet ist ein Format, in dem die Schieflage in der Geschlechterrepräsentation nicht nur deutlicher sichtbar, sondern anscheinend auch konzentrierter ist als in den traditionellen Medien.

Nur 4 % der Internetnachrichten stellten Gender-Klischees in Frage – verglichen mit 6 % in den traditionellen Medien. Das Internet kann also als Vergrößerungsglas gesehen werden, durch das der Gender-Bias, der in traditionellen Medien verbreitet wird, besonders deutlich wird.

Who makes the news? – Afrika

Am afrikanischen Kontinent nahmen 26 Länder an der Medienbeobachtung teil. 1.681 Geschichten aus Radio, Print und Fernsehen wurden auf Geschlechteraspekte analysiert.

Fakten zur Repräsentation von Frauen in den afrikanischen Medien:

- 19 % der Personen, die in Afrika Gegenstand der Nachrichten sind, sind Frauen.
- Politische Themen dominieren die Meldungen in Radio, Print und Fernsehen.
- 30 % der Beiträge wurden von Frauen gestaltet.

Die Präsenz von Frauen in den Nachrichten in Afrika ist sehr gering. **Themenfelder**, in denen Frauen am häufigsten Gegenstand der Meldung sind, sind folgende:

Wissenschaft und Gesundheit: 46 %

Gewalt und Verbrechen: 40 %

Wirtschaft: 34 %

- Am häufigsten sind Frauen als **Hausfrauen** (68 %) und als **Arbeitslose** (58 %) genannt.
- Am Tag der Erhebung wurden vier Personen in Meldungen als **Sexarbeiter_innen** bezeichnet – alle vier sind weiblich.
- Am häufigsten kommen Frauen in Erzählungen mit **persönlichen Erfahrungen** (38 %) zu Wort.
- Als **Expertinnen und Sprecherinnen** sind Frauen mit jeweils 20 % und 15 % gravierend unterrepräsentiert.
- 34 % der **Reporter_innen und Nachrichtensprecher_innen** in Afrika sind Frauen – das liegt unter dem internationalen Durchschnitt von 42 %. Afrika liegt damit im internationalen Vergleich hinter allen anderen Regionen.

Forderungen und Empfehlungen

Im Regionalbericht von Afrika wurde ein Forderungskatalog bis 2015 formuliert, um der geringen Präsenz von Frauen in den Nachrichten und der stereotypen Darstellung der Geschlechter in den Medien entgegenzuwirken.

Die Forderungen richten sich vor allem an die Medienhäuser, mehr Führungspositionen mit Frauen zu besetzen und Gender-Richtlinien einzuführen.

Außerdem werden vier Empfehlungen an Politik und Medienhäuser gerichtet:

- Erstellung von *Gender-Guidelines* für die Newsrooms;
- Zielgruppen für die Veränderung von Regelwerken müssen genau definiert werden, z. B. staatliche oder öffentliche Nachrichtenagenturen und Medienhäuser;
- stärkere Zusammenarbeit mit den Medienregulierungsbehörden;
- faire und ausgeglichene Berichterstattung vorantreiben, die Frauen- und Mädchenrechte stärkt.

Who makes the news? – Lateinamerika

Die dominanten Themen der lateinamerikanischen Nachrichten sind Politik und Regierungsarbeit, Gewalt und Verbrechen sowie soziale und Rechtsthemen.

Themen, denen sich Journalistinnen hauptsächlich widmen:

Soziales und Recht: 50 %

Wissenschaft und Gesundheit: 46 %

Politik: 40 %

Die Themen, über die Frauen berichten, sind also nicht die Themen, die in Nachrichtensendungen Priorität haben:

- Es ist kein Anliegen der lateinamerikanischen Medien, stereotype Rollenbilder in Frage zu stellen. Die Gender-Aspekte in den Hauptthemen Politik, Wirtschaft und Gewalt werden nicht erstrangig beleuchtet.
- In Bezug auf den Gegenstand der Nachrichten existiert keine ausgeglichene Repräsentation der Geschlechter. Dasselbe gilt hinsichtlich der Gestalter_innen, Reporter_innen und Präsentator_innen. Es wird also nicht die gesellschaftliche Realität abgebildet.
- Frauen werden hauptsächlich in **traditionellen Rollen** gezeigt: als Hausfrauen, Sozialarbeiterinnen, Krankenschwestern und Mütter, als Teilnehmerinnen von Schönheitswettbewerben, als Celebrities oder Konsumentinnen.
- Wenn Frauen „Hauptdarstellerinnen“ sind, interessiert vor allem ihr Familienstand – was impliziert, dass sie als unabhängige Individuen nicht ernst genommen werden. Vor allem männliche Reporter tendieren dazu, den Familienstatus von Frauen zu kommentieren.
- Die männliche Stimme gilt in den lateinamerikanischen Medien als autoritärer als die weibliche: 22 % der konsultierten Expert_innen in den ausgewerteten Meldungen waren Frauen. Dies zeigt die soziale Tendenz, dem männlichen Wort mehr Glauben zu schenken als dem weiblichen.
- Die Nachrichtenmeldungen, in denen Frauen im Mittelpunkt stehen, sind hauptsächlich von Frauen gemacht. Auch Meldungen, die traditionelle Geschlechterrollenbilder in Frage stellen, stammen überwiegend von Frauen.

Die Schlussfolgerung des Reports lautet, dass die Gestaltung der Nachrichtenmeldungen in Lateinamerika keinerlei Beitrag zu einer sozialen Transformation leistet. Immer noch bleiben die Leistungen der Frauen unbeachtet, und immer noch werden sie in einer stereotypen Art aufbereitet. Dadurch werden unweigerlich konstant Vorstellungen generiert, die Frauen in einer nicht gleichberechtigten und diskriminierten Position festschreiben.

Resource Kit

2012 wurde ein Follow-Up des GMMP publiziert. Der zweiteilige Resource Kit solle Lösungen für den Gender-Gap und die fehlenden Selbstkontrollmechanismen in den Medien liefern. Es ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen der WACC und der IFJ. Mit dem Teil 1 des *Learning Resource Kit for Gender Ethical Journalism* werden wissenschaftliche und theoretische Hintergründe ausgeleuchtet. Die Verfasserinnen heben die Notwendigkeit hervor, Themen durch die „Gender-Brille“ zu betrachten. Sie stellen außerdem das Konzept des gender-ethischen Journalismus vor. Es folgt eine aktuelle Analyse, unterlegt mit Fakten und Zahlen aus dem GMMP 2010, des Status von Gender in den News-Medien. Fallstudien aus Kanada, Tansania und aus dem Inter Press Service zeigen auf, wie in der Praxis Richtlinien und Kodexe entworfen und die Zivilgesellschaft stärker mit den Medien in Beziehung gesetzt werden kann.

Teil 2 bietet Journalist_innen, Redakteur_innen und Reporter_innen, aber auch Mitgliedern der Zivilgesellschaft, die sich mit Gender-Medien-Monitoring auseinandersetzen, Guidelines für die Praxis – formuliert von Gender- und Medien-Expert_innen aus Afrika, Asien, der Karibik, Europa, Lateinamerika, Nordamerika und dem Pazifik. Die Richtlinien sollen dabei helfen, über aktuelle Themen mit einem Gender-Fokus zu berichten, ohne dabei in eine Stereotyp-Falle zu tappen.

Gender-ethischer Journalismus (Gender ethical journalism)

Gender-ethischer Journalismus bedeutet, der Vielfalt der Gesellschaft gerecht zu werden und die soziale Welt der Geschlechterrealität entsprechend abzubilden. Männer in ihrer Gesamtheit stehen auf der hierarchischen Leiter zwar höher als Frauen. Dennoch, Macht und Privileg sind durch komplexe Geflechte determiniert, die sich aus unterschiedlichen Faktoren zusammensetzen: Klasse, ethnische Zugehörigkeit, Alter, Bildung und andere soziokulturelle Marker. Je nach Kategorie können Männer daher unterschiedlich benachteiligt sein. Ihre Erfahrungen und Perspektiven werden in den Medien nicht ausreichend berücksichtigt. Sexuelle Minderheiten sind überhaupt erst in letzter Zeit aus der absoluten Unsichtbarkeit gerückt.

Journalist_innen, Produzent_innen und Reporter_innen müssen also die Tatsache im Hinterkopf behalten, dass die meisten Ereignisse und Entwicklungen auch unterschiedliche Auswirkungen auf die jeweiligen Teile der Gesellschaft haben. Das Bewusstsein darüber, dass Gender Erfahrungen beeinflusst, kann Journalist_innen helfen, wertvolle und neue Aspekte in der Themenfindung zu berücksichtigen.

Umgekehrt können den Berichterstatte_innen spannende und außergewöhnliche Geschichten entgehen, wenn sie beispielsweise von Naturkatastrophen betroffenen Frauen nicht zuhören – abseits von Schock und Trauer.

Denn solange Gender nicht als ein Faktor, der fast jede Erfahrung von Menschen beeinflusst, anerkannt wird und als eine Position ignoriert wird, aus der heraus Themen beleuchtet werden können, werden die Medien immer nur einen Teil der Geschichte erzählen.





II. EINE NEUE ÄRA DER KOMMUNIKATION

Herren können ihren Dienern befehlen, doch sie können mit ihnen nicht wirklich kommunizieren. Kommunikation kann nur dann stattfinden, wenn alle Beteiligten grundsätzlich die Gleichberechtigung aller Männer und Frauen anerkennen. *(MacBride Update, 1999)*

Die Kommunikations- und Informationsfreiheit war eines der ersten Themen der neu gegründeten UNO nach dem Zweiten Weltkrieg. Die westliche Welt hatte mit dem Zweiten Weltkrieg schmerzhaft erlebt, wie anfällig Gesellschaften für Massenindoktrination und Kriegshetze sind. Die Hoffnung auf eine „Magna Charta“ der Rede- und Informationsfreiheit, erstellt von den Mitgliedsstaaten der UNO, war groß, die Vision davon, was genau diese Freiheit bedeuten sollte, war allerdings weit entfernt von einem Konsens.

Ungefähr zwanzig Jahre später, rund um den Beginn der Raumfahrt und der Satellitentechnologie, tauchte in den späten 1960er-Jahren erstmals die Frage nach einem „Recht auf Kommunikation“ auf.

Viele sahen in den innovativen Kommunikationstechnologien neue Möglichkeiten für internationale Kooperation, Sicherheit und Wohlstand. Andere wiederum – besonders Menschen aus dem globalen Süden – waren weniger zuversichtlich. Es gab Bedenken, dass der Westen diese neuen Kommunikationsmittel dazu nutzen würde, seine Ideologien und Werte den nichtwestlichen Gesellschaften aufzudrücken. Traditionelle Lebensformen und die Souveränität der jüngst für unabhängig erklärten Staaten würden bedroht. Man fürchtete eine neue Form der Dominanz: den Kultur-Imperialismus. Die auf diesen theoretischen Vorstoß folgende Debatte stellte das Machtmonopol des Westens auf die Satelliten- und Informationstechnologie in Frage.

Mit dem Artikel 19 der Allgemeinen Menschenrechtserklärung wurde 1948 das Recht auf Redefreiheit und freie Meinungsäußerung festgeschrieben. Die Rede- und Informationsfreiheit wurde dadurch eine Angelegenheit des internationalen Rechts. Dennoch dauerte es nicht lange, bis der Artikel 19 kritisiert wurde – er sei nicht ausreichend. Kritiker_innen verlangten eine breitere Definition. Es gehe nicht nur um den freien Informationsfluss, sondern auch um Kommunikation als wechselseitiger Prozess. Außerdem solle die Rolle von Macht in Kommunikationsprozessen mit eingeschlossen werden. Ausgangsbasis für diese Forderung war die Definition von Kommunikation als Dialog

zwischen zwei Individuen auf Augenhöhe. Mit der Anerkennung des Rechts auf Kommunikation würden die Schwachen und die Unterdrückten gestärkt – und jene eine Stimme bekommen, die etwas zu sagen haben, aber bislang ungehört geblieben waren. In den 1970er-Jahren nahm sich die UNESCO des Themas „Informations- und Kommunikationsrechte“ an. Es entstand eine Debatte im Kontext der Entkolonialisierungsprozesse: Viele der neuen UN-Staaten verstanden das westliche Konzept der Meinungsfreiheit als Weiterführung des Kolonialismus und westlicher Dominanz über die globale Information. Das Recht auf Kommunikation war daher für sie ein Mittel zur Entwicklung und Unabhängigkeit, ein Grundprinzip der nationalen Identität.

1976 gab es ein Treffen der blockfreien Staaten in Tunis – der Länder, die sich in der Bipolarität des Kalten Krieges auf keine Seite stellen wollten. Erstmals wurde die Forderung nach einer New Information Order formuliert. Die Machtverhältnisse, die sowohl in Bezug auf Inhalte als auch auf Infrastrukturen herrschten, sollten abgebaut werden. Die sogenannte Great Media Debate, bei der es um die globale Gerechtigkeit in der Kommunikation und die Schieflage in der westlichen Berichterstattung ging, war in vollem Gange.

Der MacBride-Report

Freiheit ist ein Kennzeichen echter Kommunikation und die Basis einer jeden Demokratie.

Doch diese Freiheit ist nur möglich, wenn Kommunikation wahrhaft demokratisch ist.

(MacBride Update, 1999)

Der MacBride-Report ist ein Dokument, das 1980 unter dem Titel „Many Voices One World“ im Auftrag der UNESCO von der *International Commission for the Study of Communication Problems* veröffentlicht wurde. Die UNESCO hatte das Komitee einberufen, um eine *New World Information and Communication Order* (NWICO) auszuarbeiten. Damit sollte der globalen Schieflage beim Zugang zu Information entgegengewirkt werden. Eine Bandbreite an Themen wurde diskutiert – darunter der unausgeglichene Informationsfluss in den sogenannten Entwicklungsländern, der ungerechte Zugang zu Information und die Wichtigkeit der Stärkung von nationalen und regionalen Medien, um die Abhängigkeit von externen Geldquellen zu verringern.

1980 führte die UNESCO das *Internationale Programm zur Entwicklung der Kommunikation* (IPDC) ein. Dieses zwischenstaatliche Programm, das heute noch existiert, war zur Verringerung des Ungleichgewichts in der Kommunikation und der Infrastruktur im globalen Nord-Süd-Verhältnis ins Leben gerufen worden. Die Anregung dafür war ausgerechnet von den USA gekommen: Sie hatten sich davon einen Verzicht der sogenannten Entwicklungsländer auf die Bestrebungen nach einer neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung erhofft.

Der Vorsitzende der *International Commission for the Study of Communication Problems* war der irische Friedensnobelpreisträger Seán MacBride, der vor allem die Abhängigkeit der sogenannten Entwicklungsländer von den Industrieländern im Medienbereich kritisierte.

Der Report fordert unter anderem:

- offene, freie und ausgewogene Kommunikation,
- die Etablierung eines fairen und gerechten globalen Informations-Systems,
- wirkungsvolle Regelwerke auf nationaler und transnationaler Ebene und eine auf den freien Fluss von Information ausgelegte Politik,
- Anerkennung des Rechts auf Kommunikation als Grundmensenrecht, um die Demokratisierung der Kommunikation voranzutreiben.

Der über 300 Seiten umfassende Bericht ist das Resultat einer mächtigen Gegenbewegung zur globalen Kommerzialisierung von Information. Er gilt als Meilenstein innerhalb eines bis heute andauernden Prozesses der Entwicklung einer freien und gerechten Informationsgesellschaft.

Empfehlungen der Kommission

Breite Beteiligung der Zivilgesellschaft im Medienschaffen

Gesetze und Richtlinien zur Umsetzung einer fairen und freien Informationsgesellschaft sollten mit der Teilnahme einer breiten Öffentlichkeit erstellt werden.

Gewährleistung eines eigenverantwortlichen Kommunikationssektors

Regierungen von Entwicklungsländern sollten den Zugang zu angemessener Technologie und Infrastruktur zur Verfügung stellen. Konkret empfiehlt die Kommission, den Ausbau von nationalen Radionetzwerken, die auch periphere Regionen erreichen, voranzutreiben. Vor allem in Gegenden mit hoher Analphabet_innen-Rate sollte die Entwicklung des Radios der des Fernsehens vorangestellt werden.

Training und Ausbildung

von heimischen Medienfachleuten, um einen unabhängigen Medien-sektor zu ermöglichen.

Förderung von Sprachen

Um der modernen Kommunikation gerecht zu werden, müssen alle Sprachen gefördert, bedient und entwickelt werden. Multilinguale Gesellschaften sollen Richtlinien erstellen, um alle Sprachen adäquat fördern, die Verwaltungssysteme anpassen und Übersetzungen zur Verfügung stellen zu können.

Anerkennung von Kommunikation als menschliches Grundbedürfnis

Kommunikation ist nicht nur ein System von öffentlicher Information, sondern auch ein integraler Bestandteil von Bildung und Entwicklung. In allen Entwicklungsprojekten soll daher der Kommunikationsaspekt mitfinanziert werden.





Förderung der Community-Medien

Dies leistet einen Beitrag zur Bildung und zur Selbstermächtigung vor allem von ländlichen und abgelegenen Regionen.

Politische Partizipation

Kommunikation soll als Werkzeug für die Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen anerkannt werden. Sie ist ein integraler und unabdingbarer Bestandteil von Demokratisierung.

Stärkung der kulturellen Identitäten

Dies beinhaltet auch die Stärkung von spirituellen und religiösen Werten. Dadurch wird der Dialog mit anderen Kulturen gefördert. Kulturelle Dominanz sowohl innerhalb der sogenannten Entwicklungsländer als auch zwischen Entwicklungs- und Industrieländern muss abgebaut werden.

Förderung von nicht kommerziellen Medien

Die Kommerzialisierung der Massenmedien soll reduziert werden, da sie einen starken Einfluss auf die Entscheidungen von privaten und öffentlichen Einrichtungen hat. Community-Medien sollen daher gefördert und mit den Traditionen, der Kultur und dem gesellschaftspolitischen System des jeweiligen Landes verbunden werden.

Zugang zu technischer Information

Diese Empfehlung richtet sich an die Industrieländer. In Hinblick auf die rasante Entwicklung des Technologiesektors ist das Wissen über Technik besonders wertvoll und wird dementsprechend isoliert. Alle Länder haben das gleiche Recht auf den Zugang zu technischer und wissenschaftlicher Information.

Schutz von Journalist_innen

Journalist_innen sollen unabhängig und in Eigenverantwortung arbeiten können. Sie müssen geschult werden, um ihre Verantwortung als objektive Berichterstatter_innen wahrnehmen zu können. Auslandskorrespondent_innen soll der Zugang zu Informationsquellen und Fakten nicht verwehrt werden. Journalist_innen sollen ihre Arbeit sicher ausüben können. Ihr Recht auf freie Meinungsäußerung soll respektiert werden.

Verankerung des Rechts auf Kommunikation in der Menschenrechtserklärung

Meinungs-, Informations-, Presse- und Versammlungsfreiheit sind für die Umsetzung der Menschenrechte unentbehrlich. Diese Festlegung von Grundfreiheiten soll um ein allgemeines und breites Recht auf Kommunikation erweitert werden – dies ist ein immer wichtiger werdendes Prinzip in Demokratisierungsprozessen. Die Verteidigung aller Menschenrechte ist eine der wichtigsten Aufgaben der Medien.

Verringerung von Dominanz, Abhängigkeit und Ungerechtigkeit

Die internationale Gemeinschaft wird dazu aufgerufen, die notwendigen Schritte zu unternehmen, um Schief lagen auszugleichen und stattdessen komplementäre und von gegenseitigem Profit getragene Strategien zu entwickeln.

Was kam nach dem MacBride-Report?

Der MacBride-Report ist das Abbild eines Zeitgeists, der von der Hoffnung getragen war, dass eine bessere Welt möglich sei. Er zeigt auch heute noch die Bedeutung der öffentlichen Institutionen und ihrer Aufgabe auf, globale Gerechtigkeit auf lokalem, nationalem und transnationalem Level sicherzustellen. Er ruft den Wert der globalen Kommunikation als Mittel für Wissen, Verstehen und gegenseitigen Respekt in Erinnerung. Die Forderungen des MacBride-Reports sind nach wie vor brandaktuell. Der globale Kontext, in dem diese formuliert wurden, unterscheidet sich jedoch vom heutigen. Der Kalte Krieg hatte in den 1980er-Jahren einen massiven Einfluss auf die geopolitischen Allianzen. Die Entscheidung vieler Länder, sich als blockfrei zu bezeichnen, bezog sich auf die große Polarität der zwei großen Mächte in Ost und West. Der MacBride-Report und sein Ruf nach einer neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung führte schließlich zum Ausstieg der USA, Großbritanniens und Singapurs aus der UNESCO.

Dass die Entscheidung für den Ausstieg im Interesse der Massenmedien und der Telekommunikationsindustrie getroffen worden war, ist ein offenes Geheimnis. Durch den Ausstieg wurde die Legitimität der Erarbeitung multilateraler Prinzipien eines globalen Mediensystems, das nicht rein von der Logik des Marktes geformt wird, unterminiert. Die amerikanische Position war, dass nicht die Regierungen, sondern der Markt allein die Kulturentwicklungen steuern sollte.

Die UNESCO hingegen war das Zentrum der multilateralen Bestrebungen, sich dem großen Medienmarkt und seinen Versuchen, die kulturelle Produktion und Distribution zu dominieren, entgegenzustellen. Die USA hatten keine Kontrolle über die Empfehlungen der UNESCO durch den MacBride-Report, die ihren ideologischen Positionen und wirtschaftlichen Interessen eklatant widersprachen. Der Ausstieg der USA aus der UNESCO, der mit 31. 12. 1984 wirksam wurde, war die logische Konsequenz daraus. 1985 folgten Singapur und Großbritannien. Die Thatcher-Regierung begründete ihren Austritt unter anderem mit einer Einschränkung der Pressefreiheit durch die neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung.

Die UNESCO hatte 1983 das Recht auf Kommunikation in die Resolution 3.2 aufgenommen. Dabei war festgehalten worden, dass kein bereits existierendes Recht ersetzt werden sollte.

Die politische Debatte rund um eine neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung versandete dennoch mit dem Austritt der drei Länder aus der UNESCO und mit der Zuspitzung des Kalten Krieges. Das Thema war zu einem politisch inkorrekten Tabu geworden.

Die UNESCO versuchte unmittelbar nach der Eskalation die USA als Mitglied zurückzugewinnen. Diese blieben deutlich bei ihrer Anti-NWICO-Position und ihrer Vorstellung einer neoliberalen globalen Informationsgesellschaft. Die UNESCO allerdings ruderte zurück und gab ihre klare Gegenposition zur einer marktorientierten Vision auf. Damit stellt sie keine Bedrohung mehr für neoliberale Normen dar. Großbritannien trat 1997 wieder in die UNESCO ein, die USA kehrten 2003 zurück. Singapur folgte im Jahr 2007. Bewegungen, die ein globales Mediensystem unter demokratischen Prinzipien anstreben, haben andere Plattformen und Foren für ihre Anliegen entdeckt, wie beispielsweise WSIS, den World Summit on the Information Society, das Weltsozialforum oder Vereinigungen von Freien Medien.

World Summit on the Information Society (WSIS)

WSIS ist ein erstmals 2003 organisierter Weltgipfel zur Informationsgesellschaft, bei dem die Zivilgesellschaft und die alternativen Medien stark beteiligt waren. Er wurde von den Vereinten Nationen gesponsert und von der *International Telecommunications Union* (ITU) durchgeführt. Er bestand aus zwei Teilen: 2003 fand der erste Teil in Genf statt, 2005 folgte der zweite in Tunis.

WSIS repräsentierte zunächst für viele eine neue Hoffnung, Fortschritte in Richtung globale Normen im Bereich der Kommunikationsrechte zu machen. Die WSIS-Gipfel in Genf 2003 und in Tunis 2005 galten als Inbegriff der sich selbst organisierenden Zivilgesellschaft. Die Themen, die bei den beiden Treffen behandelt wurden, reichten von Kommunikationsrechten indigener Gruppen, Arbeiter_innen, Frauen, Kinder und Menschen mit Behinderung über intellektuelles Eigentum, Community-Medien, Open Source Software bis hin zum Zugang zu Information und der Bedeutung von Kommunikation generell. Es wurde deutlich, dass es den starken politischen Willen gab, eine effiziente Zivilgesellschaft aufzubauen und zu repräsentieren. Die große Herausforderung, die sich für die sozialen Bewegungen abzeichnete, war die Frage nach der Nachhaltigkeit. Die zivilgesellschaftlichen Teilnehmer_innen von WSIS 2003 in Genf fühlten sich von den offiziellen Publikationen des Gipfels – der Genfer Prinzipienklärung und dem Genfer Aktionsplan – nicht repräsentiert. Deswegen wurde eine alternative Deklaration – die *Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society* – veröffentlicht. Sie brachte die Vision einer partizipierenden Zivilgesellschaft, die in Dialog mit den öffentlichen und wirtschaftlichen Institutionen steht, zum Ausdruck.

Die Deklaration erweitert die Definition des Rechts auf Kommunikation. Dabei wird statuiert, dass Kommunikationsrechte über die reine Meinungsfreiheit hinausgehen. Partizipation, Demokratieprozesse, das Recht auf Konsum von Kreativität, auf Bildung, auf Privatsphäre, auf friedliche Versammlung und auf Qualität seien eine Frage der menschlichen Würde.

Die Erklärung enthält Forderungen sowohl in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit als auch auf Frauenrechte. Dabei bezieht sie sich auf die Aktionsplattform der Weltfrauenkonferenz in Peking 1995 sowie auf die Konvention zur Eliminierung jeglicher Form von Diskriminierung gegen Frauen (CEDAW). Die Politik müsse Initiativen ergreifen, um Frauen zu Akteurinnen in Veränderungsprozessen rund um Eigentümer_innenschaft, Design sowie Verwendung und Adaption von ICTs zu machen.

Außerdem wird gefordert, die Nachteile und unterschiedliche Behandlung, die Frauen auf dem IT-Sektor erfahren, anzuerkennen und Aktionen zu setzen, um ihnen den Zugang zu und die Partizipation bei ICTs zu ermöglichen.

Die zivilgesellschaftlichen Gruppen positionierten die Kommunikationsrechte innerhalb eines breiten Rahmens, der bereits in der Menschenrechtserklärung 1948 definiert worden war. Die Anerkennung des Rechts auf Kommunikation als grundlegendes menschliches Bedürfnis bedeutet jedoch nicht, dass dieses Recht auch allen Menschen wirklich zugestanden wird. Die Verträge, die im Laufe der Jahrzehnte abgeschlossen worden sind, bieten nicht viel mehr als moralische und politische Richtlinien, die aber zu oft ignoriert werden. WSIS ist nicht direkt aus der Zivilgesellschaft entstanden – der Impuls dafür kam von der ITU und wurde von ihr an die UNESCO weitergegeben. Die ITU – die Internationale Fernmeldeunion – repräsentiert nicht die Anliegen der Zivilgesellschaft, sondern steht

für wirtschaftliche Interessen. Sie strebt eine Homogenisierung der Kommunikationsgesellschaft an – um einen Digital Divide zwischen globalem Norden und Süden zu vermeiden, sollen die gleichen technologischen Standards für alle angestrebt werden. Bezeichnend ist auch die Tatsache, dass der Gipfel in Tunis im Jahr 2005 unter anderem von großen IT-Konzernen gesponsert wurde – das Interesse, „Information Economy“ zu betreiben und Märkte zu besetzen, wurde im Laufe der Jahre größer als die idealistische Auseinandersetzung mit dem Recht auf Kommunikation.

Nichtsdestotrotz legt WSIS weiterhin großen Wert darauf, die breite Zivilgesellschaft in Planungs- und Entscheidungsprozesse mit einzubeziehen. Die wichtigsten Themen sind nach wie vor Menschenrechte, Partizipation sowie Presse- und Meinungsfreiheit. Im Jahr 2015 soll WSIS+10, ein Follow-Up von Tunis, stattfinden, bei dem die Auswirkungen und Umsetzungen der Punkte von WSIS 2005 überprüft werden sollen.

Weltsozialforum (WSF) und Weltforum für Freie Medien (WFFM)

Das Weltsozialforum ist eine der größten Plattformen für die globalisierungskritische Zivilgesellschaft und für soziale Bewegungen. Es ist eine Gegenveranstaltung zu den Gipfeln der WTO, dem Davoser Weltwirtschaftsforum und den G8-Gipfeln.

Das Weltsozialforum hat von Beginn an Medienaktivist_innen einen breiten Raum geboten. Fragen, die sich in Bezug auf das Recht auf Kommunikation stellen, sind eng mit globalisierungskritischen Ansätzen verwoben. Bereits beim ersten WSF 2001 in Porto Alegre (Brasilien) ist Ciranda entstanden – eine Internetplattform für alternative Berichterstattung. Bereits im Rahmen des ersten WSF wurden 300 Artikel auf die Plattform hochgeladen. Ursprünglich wurden Inhalte in Form von Texten ausgetauscht, ab 2005 wurden Foren für Community-Fernseh- und Radiobeiträge integriert.

Ein Online-Tool namens *OpenFSM* wurde gegründet, um Aktivist_innen zu vernetzen. Die Internetplattform *WSF-TV* berichtet über den WSF-Prozess und dessen Anliegen in Form von Videobeiträgen.

Seit 2009 findet zeitgleich mit dem WSF das Weltforum für Freie Medien (WFFM) statt. Bisher gab es drei Veranstaltungen dieser Art:

- Belém, 2009: Die unterschiedlichen Formen von Kommunikation der Zivilgesellschaft werden diskutiert.
- Dakar, 2011: Alternative Information, alternative Medien und der Arabische Frühling sind die großen Themen.
- Tunis, 2013: Schwerpunkte sind Non-Profit-Medien und Community-Radio.

Beim 3. WFFM 2013 wurde außerdem die Stärkung von Kommunikationsrechten diskutiert und Kampagnenstrategien dafür wurden entwickelt. Zusätzlich wurde eine Freie Mediencharta ausgearbeitet, die beim 4. WFFM präsentiert werden soll. Sie wird eine Liste mit einzufordernden Rechten enthalten. Ziel der Charta ist es, Initiativen zu vernetzen und die unterschiedlichen Arten von Medien hervorzuheben. Die Erstellung der Charta und die Formulierung der Forderungen soll so partizipativ wie möglich gestaltet werden. Die zentrale Forderung, die die Charta beinhalten wird, ist die Förderung der Medienbildung. Mehr Menschen sollen Zugang zu Medien und neuen Technologien bekommen.

Um diese auch nutzen zu können, soll die Aus- und Weiterbildung gefördert werden. Die Unabhängigkeit des Internet und der freie Zugang dazu sollen gewährleistet sein.

World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC)

AMARC ist eine NGO, die seit ihrer Gründung im Jahr 1983 die Entstehung eines weltweiten Community-Radiosektors begleitet und unterstützt. Die Organisation will damit zur Demokratisierung der Medienlandschaften beitragen. AMARC tritt für das Recht auf Kommunikation auf internationalem, nationalem, lokalem und nachbarschaftlichem Level ein. Die Organisation will die Interessen der Community-Radiobewegung mithilfe von Solidarität, Networking und Kooperation vertreten.

AMARC ist aus der globalen Community-Radiobewegung erwachsen. Gegründet 1983 in Kanada, ist sie mittlerweile – mit fast 4.000 Mitgliedern und Partner_innen in 110 Ländern – der größte Zusammenschluss von Community-Radios. Das deklarierte Ziel der Organisation ist die Unterstützung von alternativen und Community-Radiosendern, die ihre Arbeit basierend auf den Prinzipien der Solidarität und der internationalen Kooperation leisten. Sie sieht es als ihren Auftrag, zur Reduktion von Armut, Marginalisierung und Unsichtbarkeit beizutragen, die soziale Gerechtigkeit voranzutreiben und die Vision einer nachhaltigen, demokratischen und partizipativen Gesellschaft zu verwirklichen. Ein Werkzeug zur Verwirklichung dieser Vision ist die Stärkung der marginalisierten Stimmen. Community-Medien und ICTs sollen als Sprachrohr für Minderheiten dienen, und es sollen Zugänge zu Kommunikation für alle ermöglicht werden. Im Vordergrund der Arbeit von AMARC steht die Vorantreibung einer Entwicklung von Community-Radios weltweit. Je nach Region stehen unterschiedliche Minderheitengruppen im Hauptfokus.

Grundprinzipien

Die Mitglieder von AMARC sehen folgende Punkte als ihre Hauptaufgaben:

- unterschiedlichen sozialen, politischen und kulturellen Bewegungen eine Stimme zu geben;
- Initiativen, die zur Etablierung von Frieden und Freundschaft beitragen, zu unterstützen;
- die spezifische und fundamentale Rolle von Frauen in der Entwicklung von neuen Kommunikationspraxen anzuerkennen.

Die Grundprinzipien, auf denen alle Programme basieren, sind:

- Anerkennung der Souveränität und Unabhängigkeit aller Menschen;
- Solidarität mit der Zivilgesellschaft und Nichteinmischung in interne politische Angelegenheiten der Staaten;
- internationale Kooperation, basierend auf Gleichheit, Reziprozität und gegenseitigem Respekt;
- keine Toleranz gegenüber Diskriminierung aufgrund von ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Religion;
- Respekt gegenüber der kulturellen Identitäten der Menschen.

In unterschiedlichen Deklarationen und Chartas wurden diese Prinzipien immer wieder bekräftigt und formuliert. Der Großteil der Dokumente ist in Folge der alle zwei bis drei Jahre stattfindenden Weltkonferenzen der Community-Radios veröffentlicht worden. 1992 kam es zur Gründung vom Women's International Network (WIN), ein Zusammenschluss von Medienfrauen, die für das Recht der Frauen auf Partizipation und Kommunikation innerhalb und durch die Bewegung der Community-Radios arbeiten.

Im strategischen Plan, der für den Zeitraum 2011 bis 2014 entworfen worden ist, formuliert AMARC drei Ziele:

ZIEL 1

Regelwerke sowie legale und regulative Bedingungen vorantreiben, die das Wirken von Community-Radiosendern begünstigen.

Ein expliziter Punkt des strategischen Plans ist der Einsatz für Gender-Gleichberechtigung in den Medien auf internationalen Treffen. Vor allem die Organisation AMARC-WIN soll verstärkt an den internationalen Foren teilnehmen.

ZIEL 2

Die Vermittlung von Wissen und die Stärkung von Fähigkeiten für die Nachhaltigkeit von Community-Medien vorantreiben.

Auch für die Erlangung dieses zweiten Ziels nennt die Organisation als konkrete Strategie die Stärkung der regionalen und internationalen AMARC-Frauennetzwerke. Die Organisation strebt an, in allen Aktivitäten und Programmen zu mindestens 50 % Frauen zu beteiligen. Dieser Beitrag soll stärker sicht- und hörbar gemacht werden.

Ziel 3

Die soziale, entwicklungspolitische und humanitäre Bedeutung von Community-Medien festigen.

Dieses dritte Ziel bezieht sich vor allem auf die journalistische Praxis und auf Inhalte. So sollen Nachrichtendienste in Lateinamerika, Afrika, Asien und Europa eingerichtet werden, die auch Sonderreportagen von internationalen Ereignissen produzieren sollen.

Kampagnen zu gesellschaftlich sensiblen Themen wie HIV/AIDS, Umwelt, Klimawandel, Migration, Rassismus, Nahrungsmittelsicherheit und Wasser sollen durchgeführt werden, um die Rolle der Community-Radios bei diesen Themen zu festigen.

Auch in dem dritten formulierten Ziel ist eine konkrete Strategie die **Vorantreibung von Frauenrechten und Geschlechtergerechtigkeit**. Dies beinhaltet Training, Material über die Gender-Richtlinien und Sendungskampagnen.

AMARC und Gender/Frauen

Da AMARC vor allem gesellschaftlich marginalisierten Gruppen eine Stimme geben will, stand auch das Thema Frauen und Gender von Beginn an auf der Agenda. Dennoch musste immer wieder Druck von Seiten der Radiofrauen ausgeübt werden, um ihre Anliegen durchzusetzen und nicht die gesellschaftlichen patriarchalen Strukturen innerhalb der Organisation zu reproduzieren.

Radio ist ein besonders wichtiges Werkzeug für das Empowerment von Frauen, da es billig und einfach zu verwenden ist. Außerdem ist es ein Medium, das auch Partizipation von Analphabet_innen ermöglicht. Dies wurde schon 1983, bei der ersten AMARC-Konferenz von der Moderatorin des Sonderplenums für Frauen betont. Radio gebe den Frauen eine Stimme, mit der sie ihre eigenen Werte vermitteln können, und würde eine seltene Gelegenheit bieten, ihre eigenen Fähigkeiten und ihr Potenzial zu entfalten.

Bei der Feier des 30-jährigen Bestehens von AMARC beschrieb Laura Yaros, eine lesbisch-feministisch queere Radioaktivistin des kanadischen Community-Senders *Radio Centre-Ville*, die Frauen-Workshops der ersten Konferenz als noch nie dagewesene Gelegenheit für Radiomacherinnen aus aller Welt, Erfahrungen auszutauschen.

Bei der 2. AMARC-Konferenz in Vancouver 1986 gab es ebenfalls Workshops speziell für Frauen, darunter Seminare über Musik von Frauen, Frauen in der Produktion und Radiokollektive von Frauen. In den daraus resultierenden Diskussionen wurde ersichtlich, wie wichtig es den Radiomacherinnen war, von Frauen trainiert zu werden, denn vor allem die technischen Trainings von Männern seien oft sehr theoretisch und nicht so praxisnah wie die von weiblichen Trainerinnen. Viele Frauen äußerten außerdem ihr Unbehagen bei Redaktionssitzungen auf ihren Sendern, bei denen sie sich oft ignoriert fühlten. Zu diesem Zeitpunkt waren Frauen in allen Aspekten rund um Community-Radios weltweit unterrepräsentiert. Die Teilnehmerinnen des Workshops *Women's Involvement in Decision-Making* trugen die Idee an die Organisator_innen heran, bei der dritten Konferenz anhand der Registrierungen Statistiken über die Teilnahme von Frauen zu erstellen. Aus der zweiten Konferenz erwuchs die Forderung, Frauen aus unterschiedlichen Kulturen in alle Aspekte des Community-Radios zu integrieren – die Programmierung generell nicht nur den Männern und die Programmierung von Frauenschienen nicht nur Weißen Frauen zu überlassen. Daran knüpfte auch die Kritik an den Workshops selbst an: diese seien von nordamerikanischen Frauen dominiert worden.

In Hinblick auf die dritte Konferenz in Nicaragua 1989 wurden schließlich zwei Resolutionen verfasst:

- Mindestens 50 % des Organisationskomitees für die 3. AMARC-Konferenz sollten Frauen sein.
- Effiziente und kostenlose Kinderbetreuung müsse für alle Teilnehmer_innen zur Verfügung gestellt werden.

Im Rahmen der vielen Workshops für Radiofrauen, die in den Jahren 2006 bis 2008 in Jordanien, Kenia, Marokko, Malaysia und Kolumbien stattfanden, wurde eine Erhebung durchgeführt, die schließlich 2008 zur Veröffentlichung des Toolkits *Women's Empowerment and Good Governance through Community Radio* beitrug. Dieser Prozess hat Radiokampagnen über das globale Community-Radionetzwerk ermöglicht. Die zwei größten Kampagnen sind die „16 Tage gegen Gewalt an Frauen“ und die Kampagnen zum Weltfrauentag am 8. März.

Die Seminare haben außerdem deutlich gemacht, wie stark Frauen durch Community-Radios an Demokratisierungsprozessen teilnehmen und wie sehr sie den Prozess zur Erreichung der MDGs vorantreiben können. Sie bekräftigen die Teilnahme und Involvierung von Frauen als Schlüsselfaktoren in der Entwicklung von wahrhaft demokratischen Informationsgesellschaften.

WINGS

Zwischen der 1. und der 2. AMARC-Konferenz betrat WINGS die Community-Radioszene. WINGS steht für *Women's International News Gathering Service* und ist eine wöchentliche halbstündige Radiosendung von und über Frauen rund um die Welt. WINGS arbeitet nachrichtenzentriert, bietet daher vor allem News und Beiträge zum aktuellen Geschehen. Außerdem werden Trainings für Frauen in der Community-Radioproduktion angeboten. Das Netzwerk präsentiert sich als sehr international, dennoch muss angemerkt werden, dass der Großteil der Reporter_innen und beteiligten Radiostationen in Nordamerika zuhause ist. International sind hier die Nachrichten, nicht die Macher_innen. In Lateinamerika dürfte es momentan eine einzige Radiostation geben, und aus Afrika ist auf der Homepage von WINGS gar kein Sender aufgelistet (Stand 2013).

AMARC-WIN

AMARC-WIN – das *Women's International Network* – ist das Frauennetzwerk von AMARC und wurde 1992 in Folge der 5. AMARC-Konferenz in Mexiko gegründet. Es besteht aus Radiomacherinnen, die für die Sicherstellung des Rechts auf Kommunikation durch und innerhalb der Community-Radiobewegung eintreten. Das Community-Radio fungiert als Schlüsselinstrument, um die Beteiligung von Frauen in politischen Entscheidungsprozessen zu erhöhen.

Durch das Medium Radio sollen auch Männer in die Themen mit einbezogen werden, mit denen Frauen konfrontiert sind. Patriarchale Strukturen gelten als das Hauptproblem, deswegen herrscht der Konsens, dass Männer in die Formulierung und Bereitstellung von Lösungen involviert werden müssen.

Die Gender-Richtlinien von AMARC-WIN

Im Jahr 2008 gab die Organisation am Weltfrauentag eine Broschüre zur Vermeidung von stereotyper Berichterstattung heraus. Ebenso sollte die Besetzung von entscheidenden Positionen im Mediensektor mit Frauen vorangetrieben werden. Die Organisation knüpft damit an die Forderungen der Pekingener Aktionsplattform von 1995 an. Konkret beziehen sich die Richtlinien auf die Sektion J, die Medienschaffende an ihre Pflicht, zur Erreichung von drei konkreten Zielen beizutragen, erinnern soll:

- Beteiligung von Frauen in den Medien allgemein und spezifisch in Führungspositionen;
- Zugang für Frauen zu ICTs;
- ausgewogene und nicht stereotype Berichterstattung über Frauen.

AMARC-WIN fordert die Community-Radios dazu auf, diese Ziele an vorderster Front zu verfolgen. Freie Radios seien Teil der progressiven sozialen Bewegung und sollten daher laut AMARC-WIN die Beziehungen zu progressiven Frauenbewegungen knüpfen und pflegen. Die Gender-Richtlinien sollen als Werkzeug zur Verwirklichung einer Welt,

in der Gleichberechtigung zwischen Männern und Frauen herrscht, nutzbar sein. Die Organisation fordert alle Freien Radios auf, die folgenden Gender-Richtlinien in ihren Statuten zu verankern.

Sektion I: Der Zugang von Frauen zum Äther

Der freie Zugang zum Äther für Frauen ist unabdingbar. Frauen müssen die Möglichkeit haben, ihre eigenen Sendungen zu politischen und sozialen Themen sowie zur Unterhaltung zu produzieren. Die Voraussetzung dafür ist, dass Frauen sich in und um das Radio sicher fühlen. Der Sender sollte sie deswegen dazu ermutigen und ausbilden, ihre eigenen Sendungen zu produzieren.

Sektion II: Darstellung von Frauen im Äther

Frauen müssen in ihrer Vielfalt gesehen werden und dürfen nicht auf klischeehafte Rollenbilder reduziert werden. In diesem Kontext appelliert die Organisation vor allem an die Werbung und die Unterhaltung, dass weder Männer noch Frauen als Objekte behandelt werden dürfen.

Sektion III: Die speziellen Bedürfnisse von Minderheitenfrauen

Es muss für alle Frauen, die in kommerziellen und staatlichen oder öffentlichen Medien Diskriminierung erfahren, Raum geschaffen werden. Anders befähigten Frauen, Angehörigen ethnischer Minderheiten, Kasten, indigener Herkunft und sexueller Minderheiten muss der Zugang zum Mikrofon und zum Äther ermöglicht werden.

Sektion IV: Frauenvertretungen auf allen Führungsebenen des Radios

AMARC-WIN schlägt eine Frauenquote von mindestens 30 % für die Führungsgremien sowie in den technischen und redaktionellen Bereichen vor. Frauen müssen überall aktiv sein: in der Produktion, unter den Eigentümer_innen und in den Führungsgremien. In Community-Sendern seien Frauen zwar meist besser vertreten als in kommerziellen oder öffentlichen Radios, nichtsdestotrotz seien sie meistens unterrepräsentiert.

Sektion V: Angepasste Technologie

Nach wie vor existiert ein geschlechterspezifischer digitaler Graben, der weltweit Frauen von den neuen ICTs und den traditionellen Technologien – wie der Bedienung eines Radiostudios – ausschließt. Deswegen schlägt AMARC-WIN vor, verstärkt Technikkurse von und für Frauen anzubieten und die Anwendung von angepassten Technologien voranzutreiben.

Sektion VI: Finanzierung und Ausbildung von Radiofrauen

Bildung ist der Schlüssel zu einer geschlechtergerechten Gesellschaft. Das gilt auch für Medienleute. Daher sollten Aus- und Weiterbildung sowohl für Frauen als auch für Männer laufend angeboten werden. Weiterbildung in Geschlechterfragen sollte für alle Sendungsmacher_innen am Radio durchgeführt werden. So können Männer und Frauen lernen, patriarchales Verhalten und diskriminierende Darstellungen zu erkennen und geschlechtergerechte Berichterstattung zu entwickeln.

Die AMARC-WIN Gender-Richtlinien gibt es in 15 Sprachen zum Downloaden auf der Homepage der Organisation: <http://win.amarc.org/>

Feministische Kritik an AMARC

Lucia Ruiz ist Mitarbeiterin bei *Radio Vallekas* in Spanien und war von 2004 bis 2012 Vorsitzende der AMARC-Frauen Europa. In einem Interview kritisiert sie die Strukturen und Dynamiken bei AMARC heftig: Die Organisation sei genauso hierarchisch aufgebaut wie jede andere, Machtstrukturen zwischen den Geschlechtern würden reproduziert und die Arbeit von Frauen werde abgewertet. Ruiz sieht das Hauptproblem bei AMARC in den ökonomischen Prioritäten. Solange Geld da sei, würden Projekte für und von Frauen gefördert und die Geschlechtergerechtigkeit – zumindest oberflächlich – vorangetrieben. Sobald aber die Mittel knapp werden – wie in Europa ab 2008 – werden Gender-Themen in der Prioritätenliste nach unten gereiht.

Für die Abwertung der feministischen Arbeit innerhalb der Organisation nennt Lucia Ruiz konkrete Beispiele: Bei der AMARC-Konferenz im Februar 2007 in Dublin wurde eine Diskussionsrunde der AMARC-Frauen in der Mittagspause angesetzt. Die Veranstalter dürften laut Ruiz davon ausgegangen sein, dass über die Themen der Frauen auch beim Mittagessen geplaudert werden könne.

Ruiz' Kritik richtet sich konkret gegen die *Gender-Policy* von AMARC. Sie wirft der Organisation Scheinheiligkeit vor:

Gender sollte nicht nur diskutiert, sondern auch umgesetzt werden. Die Vorsitzenden glauben, das Thema anzusprechen und in die Dokumente hineinzuschreiben würde reichen. Wir Feministinnen werden als Dekoration benutzt. Wenn es darauf ankommt, unsere teilweise ungemütlichen Forderungen umzusetzen, wird gebremst.

International Programme for the Development of Communication (IPDC)

IPDC ist ein multilaterales Forum der UNESCO, das die Entwicklung der Medien in den Ländern des globalen Südens vorantreiben soll. Die internationale Gemeinschaft soll dazu mobilisiert werden, die damit zusammenhängenden Themenspektren zu diskutieren. IPDC fördert laut Eigenangabe an die 1.500 Projekte in mehr als 140 sogenannten Entwicklungs- und Schwellenländern und hat dafür eine Summe von rund 100 Mio. US-Dollar bereitgestellt. 2013 förderte IPDC 63 Medien-Entwicklungsprojekte, davon 33 in Afrika und im Maghreb sowie 16 in Lateinamerika und der Karibik.

IPDC und Gender

2013 wurden in den für diese Studie relevanten Regionen keine Medienprojekte gefördert, die explizit auf Frauen und Gender fokussieren. Ein eingereichtes Projekt aus Tansania, das die Geschlechtergerechtigkeit in den Community-Medien durch die Anwendung der *UNESCO gender-sensitive indicators for media* vorantreiben will, wurde abgelehnt. Von den 63 eingereichten Projekten weltweit zielten insgesamt 16 auf ein Vorantreiben der geschlechterdemokratischen Entwicklung ab. Davon wurden acht gefördert und acht abgelehnt.

Schwerpunkte von IPDC

🌐 Meinungsfreiheit und Medienpluralismus

Um die Teilnahme von Bürger_innen an Entscheidungsprozessen erhöhen und ihre Grundrechte durchsetzen zu können, muss der freie Fluss von Informationen gewährleistet sein. Journalist_innen brauchen dafür ein sicheres Arbeitsumfeld. Medienpluralität soll durch die Schaffung von Medien aus der Community heraus erzeugt werden. Dadurch bekommen marginalisierte Teile der Gesellschaft eine Stimme und treiben die Transparenz auf lokalem Level voran.

🌐 Training und Weiterbildung für Journalist_innen, Medienmanager_innen und Trainer_innen

Die Weiterbildung von Medienfachleuten ist ein kontinuierlicher Prozess, der darauf abzielt, ihre Fähigkeiten, das Wissen und das Bewusstsein zu erweitern. Vor allem die investigativen Fähigkeiten der Journalist_innen sollen gefördert werden. Dasselbe gilt für Managementqualitäten von Führungspersonen. Vor allem die Ausbildungsstätten für Redakteur_innen und Journalist_innen müssen ausgebaut werden und Trainer_innen die Möglichkeit zur Weiterbildung bekommen.

🌐 Neue Wege fördern, um traditionelle Nachrichtenmedien und neue Kommunikationstrends zu verbinden

IPDC will eine Schlüsselrolle in der Entwicklung von analogen Nachrichtenmedien hin zu neuen, vernetzten und pluralistischen Kommunikationswegen spielen. Das Forum sieht dieses Arbeitsfeld als Antwort auf die komplexe und dynamische Medienlandschaft des 21. Jahrhunderts. Nachrichtenmedien sollten und könnten nicht isoliert von der Weiterentwicklung des Kommunikationssektors operieren. IPDC will zwar mit Fokus auf den Nachrichtensektor arbeiten, aber dennoch kontinuierlich den gegenseitigen Lernprozess der unterschiedlichen Medienbereiche vorantreiben.

World Association of Christian Communication (WACC)

WACC ist eine internationale Organisation, die für Kommunikation als Grundmenschensrecht eintritt und sie als essenziellen Faktor für die Würde und den Zusammenhalt der Menschen sieht. Die Organisation ist im christlichen Glauben verwurzelt und setzt sich für jene ein, denen das Recht auf Kommunikation aufgrund ihres sozialen Status, ihrer Identität oder ihres Geschlechts verwehrt wird. Die Organisation kämpft für vollen Zugang zu Information und Kommunikation sowie für freie Medien. WACC fördert Kommunikationsnetzwerke, die Frieden, Verständnis und Gerechtigkeit vorantreiben.

Die Gründung der Organisation 1950 geht auf die Nachkriegszeit zurück. 1948 wurde in den USA ein kirchliches Medienkomitee eingeführt. Radio- und Fernsehnetzwerke wurden in Europa ausgeweitet. In den 1980er-Jahren wurde die Arbeit in Korea, Brasilien, Indien und Argentinien verstärkt. 1984 wurde das neue Programm „Frauen und Kommunikation“ geboren. WACC spielte eine Schlüsselrolle in der Diskussion rund um

das Recht auf Kommunikation. 1988 veröffentlicht die Organisation noch einmal den 1980 verfassten MacBride-Report. Außerdem ist sie Mitinitiatorin des *Global Media Monitoring Projects* – einer weltweiten Auswertung von Nachrichtenmeldungen. Die Hauptsitze der Organisation sind in Toronto (Kanada) und in London (GB). Heute fördert WACC Projekte auf der ganzen Welt.

Die Organisation arbeitet nach sieben Prinzipien, die sie die „Christlichen Prinzipien der Kommunikation“ nennt:

- Kommunikation ist eine spirituelle Übung.
- Kommunikation schafft und formt Gemeinschaft.
- Kommunikation verbessert die Partizipation.
- Kommunikation stärkt die Freiheit und verlangt Verantwortlichkeit.
- Kommunikation preist kulturelle Diversität.
- Kommunikation schafft Verbundenheit.
- Kommunikation bekräftigt Gerechtigkeit und fordert Ungerechtigkeit heraus.

WACC legt besonders großen Wert auf die Stärkung der Stimmen der Frauen. Im 5-Jahres-Aktionsplan bis 2016 ist die Förderung der Partizipation der Frau aufgelistet. „Gender und Kommunikation“ ist ein großer Teil des Wirkungsfeldes der Organisation. Im Rahmen dieses Themenfeldes werden Projekte gefördert, die für die Erreichung der zwei Ziele der Sektion J der Pekingener Aktionsplattform arbeiten.





III. COMMUNITY-MEDIEN: „EVERYONE IS A WITNESS, EVERYONE IS A JOURNALIST“

Community-Radios werden innerhalb der Community von der Community selbst für die Community betrieben und berichten über sie. (UNESCO, 2002)

Der wissenschaftliche Diskurs hat bislang keine einstimmige Definition für Community-Medien oder Community-Journalismus gefunden. Das liegt unter anderem daran, dass wenige Arbeiten verfasst wurden, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Der Begriff „Community“ ist außerdem ein kulturelles Konzept, das je nach Region und Kultur unterschiedliche Bedeutungen hat. Lange wurde der Begriff im Zusammenhang mit sozialen und Untergrundbewegungen oder auch im Rahmen von Medienanalysen erwähnt und indirekt erforscht – zentrales Forschungsobjekt war er aber selten. In der Mediengeschichte sind Beiträge fernab des Mainstream zum Großteil ignoriert worden.

- 🍷 Für Bill Reader ist Community-Journalismus der **Fuß eines Eisbergs**: aus ihm besteht der Großteil des weltweiten journalistischen Schaffens – er bleibt aber im Schatten der Massenmedien von der Öffentlichkeit weitgehend unbemerkt.

Community-Journalismus ist laut Reader und Hatcher in allen Medien enthalten. Der Archetyp – aber noch lange nicht die Norm – des Community-Mediums sei die Kleinstadtzeitung. Der Großteil der Massenmedien agiere auf Community-Ebene, denn oft arbeiten kleine journalistische Unternehmen in ethnischen Communities, in den Vororten und subkulturellen Nischen für viele Großstadtblätter.

Community-Journalismus ist das, was an der Basis passiert – die Basis wiederum besteht aus vielen Communities. Das können geografische Bindungen sein, ethnische Zugehörigkeiten, professionelle und ideologische Interessen oder gemeinsame Ziele – als Community verstehen sich unterschiedliche Arten von gemeinsamen Identitäten. Journalismus ist Teil jedes Aspekts von Community-Kultur: Geschichte, Wirtschaft, Religion, Wertvorstellungen und öffentliche Meinung. Die Community ist ein kollektives Subjekt, das Medien produziert und zugleich konsumiert. Große Medien haben zwar ein Publikum, aber keine Community. Das Publikum der Community-Medien hingegen ist die Community selbst.

- ☉ Kevin Howley beschreibt seine Vorstellung von Community-Medien konkreter – für ihn sind es **die Medien der marginalisierten Randgruppen**, die von den Massenmedien ignoriert werden. Sie machen kulturelle Unterschiede sichtbar. Dadurch bilden sie ein bedeutungsvolles Gegengewicht zu den dominanten Medien.

Community-Medien bieten Angehörigen der sozialen Peripherie Mittel und Möglichkeiten, ihre eigenen Geschichten mit ihren eigenen Stimmen und ihrer Sprache zu erzählen. Community-Medien werden dadurch zu einem Werkzeug, um kulturelle Identitäten zu schützen und zu stärken. Gleichzeitig stellen sie damit diskriminierende und vorurteilsbeladene Berichterstattung der Mainstream-Medien in Frage.

Dies bedeute aber nicht automatisch die Öffnung von Kommunikationskanälen für unprofessionelle Medienmacher_innen. Ziel sei es viel eher, die direkte Kommunikation innerhalb der lokalen Community zu erleichtern. Dadurch können sich Gruppen und Individuen in den öffentlichen Diskurs einklinken und zu Entscheidungsträger_innen werden.

- ☉ Die peruanische Kommunikationswissenschaftlerin Soledad Sabrera Ortiz bevorzugt den Begriff **alternative Medien**, um einen begrifflichen Gegenpol zu den dominanten Medien herzustellen. Demokratische Kriterien, Partizipation und öffentliche Bildung seien die wichtigsten Säulen der Community-Medien.

Der markanteste Unterschied zu kommerziellen oder öffentlichen Medien sei die Tatsache, dass Community-Medien keinen Profit anstreben. Sie stehen im Dienste der Gesellschaft und haben eine klare Mission – sie wollen die öffentliche Meinung beeinflussen und einen Konsens schaffen, um demokratische Prozesse zu stärken.

- ☉ Für die UNESCO definieren drei Schlagwörter die Community-Medien: **Zugänglichkeit, Partizipation und Selbstverwaltung**.

Community-Medien werden innerhalb der Community von ihr selbst betrieben und berichten über sie. Partizipation ist das Hauptkriterium und der Faktor, der es von anderen Medienformen unterscheidet. Folgende Kriterien machen ein Community-Medium aus:

- Es dient einer bestimmten Community.
- Es regt zur partizipativen Demokratie an.
- Es bietet jedem Mitglied der Community die Möglichkeit, an Kommunikationsprozessen, der Programmgestaltung, im Management oder der Eigentümer_innenschaft des Mediums teilzunehmen.
- Die Technologie, mit der das Medium ausgestattet ist, entspricht dem Budget der Community und führt nicht zu Abhängigkeit von externen Ressourcen.
Triebkraft ist nicht wirtschaftliches Interesse, sondern das Wohl der Community.
- Es arbeitet eigenverantwortlich und lösungsorientiert.

- Ein AMARC-Mitglied hat Community-Medien mit folgenden Worten beschrieben: „*Community radio is defined as having three aspects: non-profit making, community ownership & control, community participation.*“

Nach diesen Aspekten und in Anlehnung an die zuvor beschriebenen UNESCO-Kriterien wird der Begriff Community-Medien auch in diesem Dokument verwendet.

Es werden hauptsächlich Medien behandelt, die von Frauen für Frauen gemacht werden und Anliegen thematisieren, die von den öffentlichen und kommerziellen Medien stereotypisiert oder ignoriert werden.

Ein zentrales Kriterium für diese Studie ist die Eigentümer_innenschaft: Es werden nur jene Medien als Community-Medien bezeichnet, die unabhängig und frei agieren und weder einem Staat noch einem privaten Medienunternehmen gehören.

Wer steht hinter den Medien? – „Ownership“

Der Begriff „Community-Medien“ hat etwas Vertrauenserweckendes, Familiäres. Er bedient ein menschliches Verlangen, das die kommerziellen Medien nicht erfüllen können, egal wie groß ihr Budget ist: ein Gefühl für Gemeinschaft und Intimität.

Genau das wissen Medienunternehmen und verwenden den Begriff oftmals für sich, obwohl keineswegs die Kriterien für ein Community-Medium erfüllt sind. Die Gefahr liegt daher im –gewollten oder ungewollten – Missbrauch des Begriffs „Community“.

- Vor allem Lokalzeitungen sind oft Teil großer Medienketten. Sie werden von Redakteur_innen, die keinerlei lokalen Bezug haben, herausgegeben und von freien Journalist_innen, die einander nicht kennen und nur selten in den regionalen Büros auftauchen, geschrieben. Die Anliegen der Community werden dadurch oft automatisch übergangen.
- In Südafrika wurde von der South African Broadcasting Corporation ein Community-Radiosender gegründet. Es sollte damit ein Gemeinschaftsgefühl zwischen zwei unterschiedlichen ethnischen Gruppen geschaffen werden. Mit der Zeit stellte sich jedoch heraus, dass der Sender nicht im Interesse der Communities agierte, sondern als Handlanger der Regierungsinteressen.

Die großen Auswirkungen, die Eigentümer_innenschaft auf den Inhalt und damit auf die jeweilige Community hat, darf also nicht unterschätzt werden. Es sollte immer hinterfragt werden, wer den Sender oder das Blatt besitzt und finanziert, wer die Inhalte liefert und wie transparent die Eigentümer_innenschaft offengelegt wird, um zu verstehen, welche Interessen das Medium bedient.

Hinterfragt werden sollte aber auch immer die Qualität des Programms auf Community-Medien. Da das Programm meist von freiwilligen Radiomacher_innen und Lai_innen gestaltet wird, werden Kriterien wie journalistische Objektivität, Faktencheck oder sprachliche Korrektheit oft nicht überprüft. Auch Community-Radios vertreten be-

stimmte Interessen – abhängig von der Region, der Community und der politischen Lage – und sind daher gegen die Verlockung von schief liegender und subjektiver Darstellung nicht immun.

Kleine Geschichte der Community-Medien

Von jahrhundertealten Warnungen vor Gelbfieber und Pockenepidemien bis hin zu zeitgenössischen Berichten über die Reaktionen einer Gemeinschaft auf Naturkatastrophen haben Medien das Leid und die Freude ihrer Dörfer, Städte und Bezirke aufgezeichnet.

(Janice Hume, 2012)

Die Entstehung des Konzepts „Community-Journalismus“ kann bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts zurückverfolgt werden. Zu Beginn stand die Lokalzeitung. Sie hat ihre jeweilige lokale Leser_innenschaft rund um den Globus politisch, wirtschaftlich und kulturell miteinander verbunden – von Nord- und Südamerika über Afrika und Europa bis nach Asien. Zeitungen sind daher eine Fundgrube von Community-Geschichte. Zeitungsartikel sind in Archiven gut erhalten, während Radio- und Fernsehsendungen sowie frühe Internet-Publikationen im Laufe der Jahrzehnte verschwunden sind.

Kleine Blätter erleichterten vor allem in den Unabhängigkeitsbewegungen am amerikanischen Kontinent die öffentliche Debatte rund um Themen wie Pressefreiheit, öffentliche Gesundheit, Beziehungen mit der indigenen Bevölkerung, Frauenrechte, Bildung und Religion. Daraus erwuchs der Ruf nach Unabhängigkeit und nach einer neuen Definition der Geschichte.

Ab den 1920er-Jahren bekamen die Lokalzeitungen Konkurrenz: das Radio. Wenig später, in den 1950er-Jahren, folgte das Fernsehen.

Radio begann als lokales Phänomen, das erst Information, dann Bildung und schließlich Musik und Kunst, Kultur und Unterhaltung in die Communities brachte. Weniger als ein Jahrzehnt nach dem ersten kommerziellen Radiosender 1920 mit einem regelmäßigen Programm in Pittsburgh (USA) wurde das Radio zu einem internationalen Phänomen. Bis heute ist Hörfunk eine wichtige Quelle für relevante und aktuelle Information, die verhältnismäßig billig an ein großes Publikum verbreitet wird.

In manchen Teilen der Welt, wie in Südamerika und in Afrika, gilt das Community-Radio heute als eine der wichtigsten Formen der sogenannten „Grassroot-Kommunikation“ – Radioschaffen, ausgehend von der gesellschaftlichen Basis. In Lateinamerika wird es dazu verwendet, Traditionen, Sprachen, Musik, lokale Erinnerungen und Weisheiten weiterzugeben. In Südafrika dienen Community-Radiosender als Instrument für Protest und als Sprachrohr der Gegenbewegungen.

Neue Medien

Um die Möglichkeiten, die das Internet für die Kommunikation innerhalb einer Gesellschaft und zwischen verschiedenen Gesellschaften bietet, zu nutzen, muss zunächst das Recht auf deren Nutzung verbrieft sein, um den Menschen ein Instrument in die Hand zu geben, mit dem sie politische Maßnahmen einfordern können, die dies ermöglichen.

(Julia Hoffmann, 2009)

Ähnlich wie der Satellitenrundfunk hat das Aufkommen des Internet ein neues Zeitalter der Interaktivität und Vernetzung ausgelöst. Das neue technologische Paradigma ist das „Markenzeichen“ des 20. Jahrhunderts – es hat eine Revolution der Information und der Kommunikation ausgelöst.

Durch das Internet kam es zu einer Verschiebung vom Lesen hin zu Kommunikation. Diesmal wurden und werden die Machtverteilung in der öffentlichen Kommunikation und die dominante Position, die professionelle Journalist_innen innehaben, in Frage gestellt. Die traditionelle Interpretation der Redefreiheit wurde hinterfragt. Das Internet war und ist daher eine Kraft mit revolutionärem Potenzial, die neue Formen der öffentlichen Meinung und des Informationsflusses geschaffen hat. Um diese Kraft zu entfalten, brauchen User_innen allerdings Wissen, Können und die notwendige Technologie als Werkzeuge. Mit den neuen Medien wurde die Exklusivität von Kommunikationsinfrastruktur erneut zum Thema. Dennoch, konkrete Richtlinien wurden nie erstellt. Der Digital Divide – das Konzept, aufgrund dessen WSIS ins Leben gerufen wurde – ist das Resultat des gravierenden Unterschieds zwischen Reich und Arm in Bezug auf Zugang und Nutzung von Informationstechnologien.

Laut einer Statistik, die im Jahr 2004 – in der Phase zwischen den zwei WSIS-Gipfeln – erhoben wurde, nutzen weniger als drei von 100 Afrikaner_innen das Internet. Zum Vergleich: Jede/r zweite Bürger_in der G8-Staaten war 2004 Internetnutzer_in. In London lebten zu dieser Zeit mehr Internetnutzer_innen als in ganz Pakistan, und ganze 30 Länder hatten eine Internetabdeckung von weniger als 1 %.

Seit 2009 sprechen Radio- und Fernsehmacher_innen im englischen Sprachraum von den „four A's“: „any content, watched anytime, anywhere, on any device“. Das Internet hat die Fragmentierung des Rundfunkpublikums um ein Jahrzehnt beschleunigt, genauso wie das Publikum der Printmedien.

Community-Radios und das Internet

Das Internet hat dem Community-Radio neue Räume eröffnet. Die meisten Sender nutzen es, um Informationen auszutauschen. Es gibt unzählige Plattformen, auf denen Sendungsmaterial unter der *Creative Commons*-Lizenz ausgetauscht werden kann.

Viele Radiostationen senden zusätzlich zur Frequenz über Livestreams im Internet, andere senden ausschließlich über das Netz. *Radio Internacional Femenista* (RIF) in Costa Rica beispielsweise sendet ausschließlich über das Netz. Generell geht die Zahl der Sender, die über Frequenzen senden, zurück.

Die Digitalisierung des Radios hat die Pluralität der Stimmen enorm verstärkt. Das digitale Radio, das nicht wie sein analoges Pendant über Schallwellen sendet, sondern

über ein digitales Signal, hat nicht nur ein qualitativ höherwertiges Output – es hat auch eine größere Reichweite. Im radioelektrischen Raum, in dem ein analoges Radio sendet, haben über digitalem Weg vier bis sechs unterschiedliche Sender Platz. Das bedeutet auch mehr Raum für unterschiedliche Stimmen und Gruppen. Ob dadurch die Demokratisierung vorangetrieben wird, hängt allerdings davon ab, wie diese technologische Möglichkeit genutzt wird und wie Regierungen sie regulieren.

Die Vielfalt an Möglichkeiten, Information auf unterschiedliche Weise zugänglich zu machen, ist enorm. Formen, wie Community-Sender mit Hilfe neuer Technologien Information verbreiten können, sind unter anderem:

- Internet-Plattform zum Austausch von Audio-Dateien
- Homepages
- Blogs
- Podcasts
- freie Software für die Produktion
- Live-Streams
- soziale Netzwerke

Community-Medien in Lateinamerika

Kann das Radio Veränderungen herbeiführen? Die mehr als 60-jährige Geschichte des Community-Radios in Lateinamerika und ihre gesellschaftlichen Auswirkungen sind bereits Teil der Antwort. Ja, kann es. (AMARC ALC, 2011)

Im 20. Jahrhundert haben Radios eindeutig die wichtigste Rolle in der alternativen Medienszene Lateinamerikas übernommen. Lange Zeit galt Radio Sutaneza in Kolumbien als das erste alternative Radio am Kontinent. 1947 hatte der Pfarrer des Dorfes Sutaneza eine Idee, wie er der hohen Zahl an Analphabet_innen entgegenwirken könnte – er gründete die Rundfunkschule (Escuelas radiofónicas) und ging als „unsichtbarer Professor“, der eine neue Verwendung für die „sprechende Kiste“ erfunden hatte, in die Geschichte Sutanezas ein.

Erst vor kurzem aber haben neue Forschungen gezeigt, dass wenige Monate zuvor, am 1. Mai 1947, *La Voz del Minero* on air gegangen war. „Die Stimme des Bergarbeiters“ war der Sender einer Gewerkschaft von Minenarbeitern in Llallagua in Bolivien. Mit ihm begann die Ära der Community-Radios in Lateinamerika. Mit *La Voz del Minero* ging zum ersten Mal ein Sender on air, der nicht nur Musik, Nachrichten und Werbung im Repertoire hatte, sondern für die Rechte und gegen die unmenschlichen Arbeitsbedingungen eines marginalisierten Teils der Bevölkerung eintrat.

In El Salvador, Kuba und Nicaragua verhalfen mehrere Radiosender der Rebellen den jeweiligen Revolutionen zum Sieg. Die Sendungen von *Radio Venceremos* in El Salvador beispielsweise wurden von Tausenden Befürworter_innen mitverfolgt und machten damit die Revolution zu einer Sache der Basis.

Inzwischen gibt es bis auf Kolumbien keine offen bewaffneten Konflikte mehr in Lateinamerika. Die Community-Radios tragen dennoch weiterhin ihren Teil zur Demokratisierung der Kommunikationsrechte bei. Als in den 1970er- und 1980er-Jahren die Diktaturen

nach und nach abgeschafft wurden, spielten sie eine Schlüsselrolle in der Aufarbeitung der Vergangenheit, der Rückeroberung der öffentlichen Freiheit und dem Empowerment von Frauen. Sie haben indigene Sprachen, die kurz davor waren auszusterben, am Leben erhalten und verhalfen bei Naturkatastrophen zu einer besseren Kommunikation. Die Herausforderung für die lateinamerikanischen Community-Sender ist heute der Kampf um die Frequenzen und die mangelnde Finanzierung. Frequenzen von Funk und Fernsehen werden von kommerziellen Medien monopolisiert. Die Frequenzvergabe erfolgt oft durch politische Gefälligkeiten, Bestechung oder nicht legitimen Handel. Die Regelungen sind von Land zu Land unterschiedlich. Uruguay und Argentinien beispielsweise haben per Gesetz Frequenzen für Community-Medien reserviert. In Ecuador gehören nur 0,2 % der Frequenzen den Community-Radios. In Bolivien hingegen ist 2011 ein Gesetz in Kraft getreten, das den privaten Sendern 33 % der Frequenzen zuspricht, den öffentlichen ebenfalls 33 % und den Community-Medien die restlichen 34 %. Auch Kolumbien hat zwar Gesetze für die Frequenzvergabe an freie Radiosender – dennoch gehört es neben Chile und Brasilien zu den Ländern mit den stärksten Restriktionen für freie Sender. In der Hauptstadt Bogotá wurden sieben Lizenzen an Community-Sender vergeben, die allerdings alle eine sehr geringe Reichweite haben. Besonders durch das Aufkommen des Internet haben sich Community-Sender in Lateinamerika außerordentlich gut vernetzt. Beispiele sind *Radio Internacional Femenista*, das über Internet-Livestream spanischsprachige Reportagen aus ganz Lateinamerika sendet. Die *Radioteca* in Ecuador stellt auf ihrer Internetplattform Beiträge zu den unterschiedlichsten Sozialthemen unter der Creative Commons-Lizenz zur Verfügung. Mehr als 4.000 Mitglieder tauschen auf der Seite ihre Beiträge aus. In Zentralamerika haben sich rund 20 Community-Sender zum *Red de Migración* – dem Migrations-Netzwerk – zusammengeschlossen und mit Migrant_innenorganisationen vernetzt. Die Sender begleiten die Migrant_innen auf ihrem lebensgefährlichen Weg Richtung Nordamerika und bieten praktische Tipps bezüglich Route, Sicherheit und medizinischer Versorgung.

Community-Medien in Afrika

Wie kann das Radio zur Entwicklung einer demokratischen Kultur beitragen, die es der Bevölkerung ermöglicht, Verantwortung auf politischer, wirtschaftlicher und nationaler Ebene zu übernehmen? Das Radio, dieser neue "Baum der Sprache", erfüllt eine alte Weisheit mit neuem Leben: die traditionelle Redensart, nach der Reden das Dorf zusammenbringt.

(Eugénie Aw, ehemalige Präsidentin von AMARC, 1995)

Auch in Afrika tritt das Radio als besonderer Akteur der Medienszene hervor. Diese ist vielfältig – sie reicht von Medien im Besitz von lokalen Geschäftsleuten über staatliche Medien, Radiosender von Non-Profit-Organisationen und religiösen Gruppen bis hin zu großen Firmen. Im westlichen Afrika, vor allem in frankophonen Ländern, schmücken sich kommerzielle Medien oft mit dem Ausdruck „Community-Medien“.

In Afrika hat sich das Community-Radio nicht wie in Lateinamerika aus den sozialen Bewegungen heraus entwickelt, sondern wurde von der UNO initiiert. Das erste Radiopro-

jekt entstand 1964 in insgesamt 40 Dörfern in Ghana, Sambia, Malawi und Nigeria. Die Dörfer bekamen von der UNESCO und von Kanada Förderungen, um Radiogruppen zu gründen – allerdings nicht gleich von Beginn an, um zu senden und zu produzieren, sondern um gemeinsam Radio zu hören und danach zu diskutieren. Diese Radioklubs waren ein Schritt in Richtung Partizipation. Bald darauf entstanden die ersten eigenen Produktionen der Klubs. 1973 gab es bereits 400 Radio Listening Clubs. Diese Form des ländlichen Radios wurde allerdings dafür kritisiert, nicht wirklich die Stimmen der Farmer_innen und der Bevölkerung zu repräsentieren, sondern von der Regierung gesteuert zu werden.

1982 entstand in Kenia die *Homa Bay Community Radio Station*. Ziel dieses Projekts war die Dezentralisierung von Strukturen und Programmplanung, aber auch das Sammeln von Erfahrungen in der Verwendung von günstiger Rundfunktechnologie. Das *Homa Bay Radio* war eine Initiative der kenianischen Regierung und der UNESCO. Bereits 1984 wurde das Projekt wieder eingestellt.

Seit den 1980er-Jahren ist die Community-Radiobewegung extrem schnell gewachsen. Beispielsweise in Burkina Faso, Kenia, Mali und Südafrika gibt es nationale Netzwerke. In vielen anderen afrikanischen Ländern wurden Community-Radiosender gegründet. Auch länderübergreifende Netzwerke entstanden. Die Organisation CIERRO (*Centre Intreafricain d'Etudes en Radio Rurale de Ouagadougou*) und AMARC veröffentlichten 1990 eine Studie über den Status quo des Community-Radios. Daraufhin wurde die Idee für *AMARC Africa* geboren. 1991 fand in Bénin eine Vorbereitungskonferenz statt. Dort gab es dann auch die erste panafrikanische Konferenz unter dem Titel „Airwaves for a pluralist Africa“. 1995 schließlich fand das erste Amarc-Afrikatreffen in Dakar (Senegal) statt. 1997 folgte eine weitere Konferenz in Johannesburg (Südafrika), an der an die 150 Personen aus mehr als 20 afrikanischen Ländern teilnahmen.

Community-Radiosender spielen eine wichtige Rolle in der demokratischen Entwicklung. Allerdings haben sie oft sehr geringe Ressourcen für die Berichterstattung. Die meisten Mitarbeiter_innen sind unbezahlt. Viele wären ohne das Engagement beim Radio ganz arbeitslos. Es gibt den Trend, dass Mitarbeiter_innen, nachdem sie sich beim Community-Sender Praxis und Know-how angeeignet haben, zu kommerziellen Medien wechseln. Das bedeutet also, dass der Community-Sektor Radiomacher_innen ausbildet und damit den kommerziellen Sektor mit Personal versorgt.

Auch die katholische und die evangelische Kirche mischen in der Community-Radioszene in Afrika mit. Manche der kirchlichen Sender werden mit starker Partizipation der Community geführt. Dadurch wird die Entwicklung der Community zwar gestärkt, gewisse Themen wie Schwangerschaftsabbruch, Verhütung und Geschlechterrollenbilder können jedoch von religiösen Ideologien gefärbt sein.

Trotz der positiven Entwicklung kann von Gender-Neutralität im Bezug auf Radio und Technologie in Afrika keine Rede sein. Obwohl es verhältnismäßig billig und leicht zugänglich ist, hören und produzieren weitaus mehr Männer als Frauen Radio. Initiativen wie „Mama FM“, eine ausschließlich von Frauen betriebene Radiostation in Uganda, oder „Manoré FM“ in Senegal versuchen in dieser starken Schieflage einen Ausgleich zu schaffen.





IV. BEISPIELE DER MEDIALEN (SELBST-)ORGANISATION

Die Frauenbewegung weiß um die ausschlaggebende Rolle der Medien – vor allem der Community-Medien – in der Gestaltung der Gesellschaft seit Langem. Schon als Ende der 40er-Jahre die ersten Transistorradios entwickelt wurden, begannen Frauengruppen dieses Medium aktiv für sich zu nutzen, um Themen wie Sexualität und Frauenrechte anzusprechen. Im Laufe der Jahre haben Frauenorganisationen in vielen Ländern die Community-Medien, allen voran Radio und Internet, für sich entdeckt, um ihre Anliegen voranzutreiben.

Die Partizipation der Zivilgesellschaft in politischen Prozessen ist stark davon geprägt, wie die Medien über politische Ereignisse berichten und sie interpretieren. Die Medien selbst können politische Prozesse beeinflussen und öffentliche Meinung formen. Wenn die Menschen rein als kollektive Medienkonsumenten fungieren, ist die Teilnahme an Regierungsprozessen naturgemäß niedrig. Wenn die Bevölkerung aber Zugang zu und Kontrolle über die Medien hat, erhöhen sich die Möglichkeiten der politischen Beteiligung. Frauen haben genauso wie andere marginalisierte Gruppen einen geringeren Zugang zu den Medien und vor allem zu den Entscheidungsprozessen, die damit einhergehen. Daher ist es von besonderer Wichtigkeit, die Möglichkeiten der medialen Partizipation, die Frauen haben, aufzuzeigen.

Community-Radio hat die Wirkungskraft, Frauen eine Stimme zu geben. Über den Äther können sie Regierungen und Institutionen zur Rechenschaft ziehen. Sie werden dadurch zu integrierten, transparenten Akteurinnen mit Einfluss auf das politische Geschehen.

Das Internet hat neue Möglichkeiten für Frauen geschaffen, ihren Anliegen, Ideen und Visionen Gehör zu verschaffen. Selbst gedrehte und mit freier Software geschnittene **Videos** können auf Plattformen hochgeladen werden und ein breites Publikum erreichen. Organisationen, die Gewalt gegen Frauen bekämpfen, nutzen dieses Tool, um Übergriffe und Menschenrechtsverletzungen im wahrsten Sinne des Wortes sichtbar zu machen.

Feministinnen aus aller Welt nutzen die Freiheit des Internet, nicht vom Wohlwollen eines Verlegers/einer Verlegerin, von Verkaufszahlen oder Quoten abhängig zu sein – in **Blogs** kritisieren sie patriarchale Systeme, berufen sich aufeinander und schaffen eine breite Vernetzung zwischen feministischen Bewegungen über die Kontinente hinweg. Im folgenden Teil der Studie werden sechs Strategien aus Zentralamerika und dem Südlichen Afrika vorgestellt, wie Frauen Medien nutzen, um ihre Anliegen, Botschaften und Visionen zu verbreiten. Abhängig von der politischen und gesellschaftlichen Lage der jeweiligen Länder haben Individuen und Frauenorganisationen Werkzeuge geschaffen, Frauenrechte voranzutreiben und ihr Recht auf Kommunikation einzufordern. Die Strategien, die hier vorgestellt werden, haben sich über viele Jahre bewährt und sollen aufzeigen, dass die Partizipation im Medienschaffen ein bedeutender Teil von feministischer, menschenrechtlicher und politischer Arbeit ist.

Die Reihung der *Good Practice*-Beispiele erfolgt anhand der Rangliste der Pressefreiheit 2013 von Reporter ohne Grenzen (ROG). Ausschlaggebend dafür war die Überlegung, wie die Beispiele gereiht werden könnten, ohne eine Region der anderen voranzustellen. Der Grad an Pressefreiheit ist ein Indikator für die politische Situation in den jeweiligen Ländern und ausschlaggebend, welche Strategien angewandt werden können bzw. müssen und unter welchen Konditionen die Frauen und ihre Organisationen arbeiten. Dies bedeutet selbstverständlich nicht, dass bestimmte Strategien nur in den beschriebenen Ländern einsetzbar sind – im Gegenteil, sie sind Möglichkeiten, die für jede Region, jeden kulturellen Kontext und jede politische und mediale Landschaft adaptiert werden können.

Um jede einzelne Strategie in ihrem Kontext verständlich zu machen, werden die Medienlandschaft und die Menschenrechtssituation für Frauen in den jeweiligen Ländern skizziert. Für jedes Land berichten ein oder zwei Medienaktivistinnen selbst über ihre Strategie, ihre Vision und ihr Schaffen.

Nutzung von Fantasie und Kreativität

Land:	COSTA RICA	
Pressefreiheit 2013:	weltweit	Rang 18
	Lateinamerika	Rang 1
Good Practice-Beispiel:	Radiodrama	
Strategie:	Fantasie und Kreativität	
Interviewpartnerin:	Seidy Salas Viquez, Radiodrama-Trainerin	

Costa Rica gilt umgangssprachlich als die „lateinamerikanische Schweiz“. Das Land hat das stabilste Wohlfahrtssystem in der Region, es gibt kein Heer, und es gehört zu den Ländern mit der höchsten Lebenserwartung am Kontinent.

Medien

Laut ROG liegt Costa Rica im Jahr 2013 bei der Pressefreiheit im weltweiten Ranking auf Platz 18 und auf Platz 1 unter den lateinamerikanischen Ländern. Die Presse- und Meinungsfreiheit ist in der Verfassung verankert, dennoch kommt es laut Amnesty International (AI) immer wieder zu Verstößen und zu lebensbedrohlichen Situationen für Journalist_innen.

In Costa Rica gibt es ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen mit einem Fernsehsender, Canal 13, und einem Radiosender, *Radio Nacional*. Die Community-Radioszene ist sehr spärlich. Zusätzlich gibt es einen nennenswerten religiösen Radiosender namens *Radio Faro del Caribe*, der der katholischen Kirche nahesteht.

Vor allem besteht die Medienlandschaft in Costa Rica aus kommerziellen Medien, die wenigen großen – teilweise ausländischen – Konzernen gehören. Diese gelten als politisch rechts gerichtet. Die Gruppen *Repretel* und *Teletica* beliefern 62 % des Fernsehpublikums in Costa Rica.

Der Großteil der costaricanischen Radiosender sind der Nationalen Kammer für Radio (*Camara Nacional de Radio* – „Canara“) angegliedert. Die *Canara* ist die einzige Organisation, die Werbeeinschaltungen auf den Sendern regulieren und kontrollieren sowie Publikumsanalysen durchführen darf. Will sich ein Sender über Werbeeinschaltungen finanzieren, muss er Mitglied der *Canara* sein. Dieses Gesetz besteht seit 1945. Es gilt als veraltet, weil es keine andere Form der privaten Radiodiffusion erlaubt. Die *Canara* gilt als konservativ und politisch rechts gerichtet und gerät deswegen immer wieder in die Kritik.

In Costa Rica gibt es nur sehr wenige Community-Radios oder alternative Radiosender. Nach einem Vernetzungstreffen 2009 haben sich Netzwerke wie *Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa* de Costa Rica gebildet. Letzteres zählt an die 30 Medien, Personen und Organisationen als Mitglieder.

Explizit feministische Radiosender gibt es in Costa Rica keine, aber alternative Sender bieten feministische Sendeschienen an. Ein internationales Radionetzwerk, das hauptsächlich mittelamerikanische Mitglieder hat, wurde in Costa Rica gegründet. *Radio Internacional Femenista* (RIF), das nur online und nicht über Frequenzen sendet, musste seine Aktivitäten jedoch in den letzten Jahren wegen Mangels an finanziellen Mitteln stark einschränken.

Der Radiosender der *Universidad Nacional* zählt zwar zu den nicht kommerziellen Sendern, aber nicht zu den Community-Sendern. Er kann eher den öffentlichen Medien zugeordnet werden. Als Sender der staatlichen Universität sieht er sich den Strukturen der Wissenschaft und der Akademie verpflichtet. Er wird nicht durch Werbeeinnahmen finanziert, sondern von öffentlichen Geldern der Universität.

Menschenrechtssituation für Frauen

Häusliche und innerfamiliäre Gewalt gehören zu den größten Problemen, die der traditionell determinierte Machismo mit sich bringt. Im Jahr 2000 gab es 25 registrierte Fälle von Femizid. Seit 1997 steht häusliche Gewalt unter Strafe. Von 1997 bis 2007 gab es laut Frauenministerium 194 Fälle, in denen Frauen von ihren Partnern ermordet, die Tä-

ter aber nicht zur Rechenschaft gezogen wurden. 2007 wurde das Gesetz erweitert und inkludiert nun auch psychische und eigentumsbezogene Gewalt. Auf Femizid stehen seither 35 Jahre Haft, auf sexuelle Gewalt 18 Jahre. Ebenso bestraft werden emotionale und verbale Gewalt. Diese Gesetzesnovelle gilt als bahnbrechende Errungenschaft der Frauenbewegung, die über zehn Jahre lang dafür gekämpft hatte.

Das Radiodrama

Strategie: Kreative und fantasievolle Zugänge sollen dem Publikum schwierige Themen nahebringen.

Das Radiodrama nutzt die Genres Fiction und Fantasy, um sich mit aktuellen oder sozial relevanten Themen auseinanderzusetzen. Vor allem für Mitarbeiter_innen von NGOs oder Menschenrechtsorganisationen, die sich tagtäglich mit Menschenrechtsverletzungen, Diskriminierung, Gewalt und Tod auseinandersetzen müssen, ist das Radiodrama eine konstruktive Form, um an negative Themenkomplexe heranzugehen und sie dem Publikum nahezubringen.

Ein Radiodrama kann eine komplett erfundene Geschichte sein, in der die Handlung und die Charaktere stellvertretend für reale Umstände agieren. Das Ende kann utopisch sein oder der Realität entsprechen – je nachdem, was die Gestalterin bei den Hörer_innen auslösen will.

Eine andere Möglichkeit ist die Literaturadaption. Das könnte beispielsweise bedeuten, Kurzgeschichten, die von Frauen verfasst wurden, schlicht zu vertonen oder umzuschreiben. Es könnte auch bedeuten, die Storyline eines bekannten Romans zu übernehmen und vielleicht umzudeuten und feministische Elemente einzufügen.

Eine weitere Möglichkeit ist, Zeugenberichte von „realen“ Frauen in ein Hörspiel einzubauen und sie zwar als fiktiven Charakter, aber mit ihrer eigenen Stimme und Geschichte sprechen zu lassen.

„Mut zu einer anderen Welt“

Interview mit Seidy Salas Viquez, Radiodrama-Trainerin

- Mitarbeiterin von *Colectiva por el derecho a decidir* – Kollektiv für Entscheidungsfreiheit,
- Journalistin bei *Radio Universidad*, dem Universitätsradio der *Universidad Nacional de Costa Rica*,
- seit fünf Jahren Trainerin zum Thema „Radionovela“

Wie verbinden Sie die feministische Arbeit mit der Arbeit beim Radio?

Für mich ist Radio das Medium mit der stärksten Wirkungskraft. Radio hat die Macht, Grenzen, die durch ungleichen Zugang zu Bildung entstehen, zu überwinden. Um Radio zu hören oder zu produzieren, braucht man kaum Geld und keine aufwendigen tech-

nischen Geräte. Vor allem für Frauen, die zuhause arbeiten, ist das Radio ein unersetzbarer Kontakt zur Außenwelt. Es ist das einzige Medium, das sie konsumieren können, ohne ihre Arbeit liegen zu lassen. Das Fernsehen kann das nicht.

Warum haben Sie sich gerade für das Format „Radionovela“ entschieden?

Wir Feministinnen sind oft sehr wütend und genervt – aus gutem Grund. Aber uns immer über das System zu ärgern tut uns nicht gut – manchmal vergessen wir, das Leben zu genießen. Wir wollen mit unseren Botschaften ja vor allem die Menschen erreichen, die nicht so wütend sind wie wir. Aber mit unserer Wut stoßen wir gerade bei ihnen dann oft auf taube Ohren. Wir müssen also Wege suchen, wie wir die Menschen erreichen, die von schlechten Nachrichten die Nase voll haben, die nicht das Gefühl haben wollen, zurechtgewiesen zu werden. Um diesen Menschen unsere Botschaften zu vermitteln, müssen wir die Unterhaltung zu unserem Werkzeug machen. Sie verspricht Emotionen und ist nicht bedrohlich. Und die Radionovela erlaubt uns genau das: Liebesgeschichten, Horrorgeschichten, Spannung – aber gefüllt mit unseren Botschaften. Dadurch hören uns viele Menschen zu, die uns normalerweise nicht zuhören würden.

Entdecken Sie in den Radionovelas, die in den Workshops entstehen, Stereotype?

Ja, immer wieder. Die ersten Geschichten, die entstehen, sind oft voller Klischees. Meist sind es die, die man aus dem Fernsehen kennt. Wir sind schließlich genauso ein Produkt der patriarchalen Gesellschaft, wir tragen sie in uns. Unser Verhalten ist davon geprägt – das passiert uns als Feministinnen, in unseren Partnerschaften und wenn wir Geschichten erzählen. Plötzlich bemerken wir: Verdammt, meine weibliche Protagonistin weint die ganze Zeit, meine Protagonistin ist viel zu abhängig, oder meine Liebesgeschichte ist traditionell und romantisch. Wenn uns so etwas auffällt, dann verändern wir die Geschichte. Unser Vorteil ist, dass wir einen feministischen Background und dadurch einen geschulten Blick für diese Stereotypen haben. Wir reflektieren die Geschichte und passen sie an – zum Beispiel weint dann nicht mehr die Frau, sondern der Mann. Oder am Ende ist die Beziehung vorbei, aber niemand ist todunglücklich – zwei Menschen gehen in Freundschaft auseinander. Das Publikum wird verwundert sein, und dadurch kann man Muster aufbrechen.

Wie verhalten Sie sich als Trainerin, wenn Sie bemerken, dass die Teilnehmer_innen Klischees reproduzieren?

In den Workshops haben wir Gelegenheit, die Geschichten zu hinterfragen. Es ist eine kollektive Arbeit, man macht sie gemeinsam. Alle dürfen Kritik üben. Beim Workshop der Medientagung in Wien beispielsweise gab es eine Gruppe, die eine Geschichte über Fabrikarbeiterinnen in der Dominikanischen Republik produzierte. In der Story spielte ein magisches Armband eine Rolle. Am Ende der Geschichte sah es so aus, als wäre dieses verzauberte Armband die Lösung des Problems.

Also habe ich die Teilnehmerinnen gefragt: „Stellt euch vor, eine Fabrikarbeiterin, die dieselben Probleme hat wie eure Protagonistin, hört diese Radionovela. Sie hat aber kein magisches Armband. Was wird sie denken? Wie würde sie das Problem lösen?“ Die Teilnehmerinnen haben das Problem erkannt und das Ende geändert. Die Lösung des Problems war dann nicht mehr das Armband an sich, sondern die Selbstorganisation der Teilnehmerinnen.

Die Radionovelas haben oft etwas Märchenhaftes an sich. Spielen traditionelle Elemente eine große Rolle?

Ja, die sind unglaublich wichtig. Die Gestaltung einer Radionovela ist nicht nur künstlerische, sondern auch politische Arbeit. Sie hat sehr viel mit Identität zu tun. Identität besteht aus den Elementen, die uns helfen zu verstehen, wer wir sind. Selbstverständlich gibt es Traditionen, die unterdrückerisch sind, die problematisch für uns Feministinnen sind. Aber das sind bei weitem nicht alle. Wir haben die Fähigkeit zu selektieren. Ich kann die Traditionen aus meinem Dorf nehmen, mit denen ich aufgewachsen bin und an die ich gute Erinnerungen habe. Ich kann die Erzählungen meiner Großmutter einbauen und lebendig werden lassen. Ich kann das aussuchen, was mir an meiner Familie, meiner Kultur, meinem Land gefällt. Feste, Lieder, Geschichten ... – all das sind Elemente, die Identität schaffen. Und als Gestalterinnen können wir einen Teil unserer Identität in unsere Radionovelas einbauen.

Werden in den Workshops auch Tabus thematisiert?

Ja, sehr oft. Einmal habe ich mit indigenen Jugendlichen gearbeitet. Dabei ist eine Geschichte darüber entstanden, wie man einen Freund oder eine Freundin findet. In dieser Community dürfen sich die Jugendlichen ihre Partner_innen nicht selbst aussuchen – das machen die Eltern. Dabei geht es nicht einmal ums Heiraten, sondern um harmlose Flirts unter Jugendlichen. Es hat sich herausgestellt, dass darüber niemand redet, es aber für alle ein großes Problem ist.

Oft kommen Geschichten von Gewalt, Missbrauch, Alkoholismus, Abtreibung nach einer Vergewaltigung ... es sind meistens schwierige Themen, weil ich fast immer mit Menschen aus komplizierten sozialen Kontexten arbeite.

Ist Ihre Arbeit therapeutisch?

Die Vorstellung, dass sie es ist, gefällt mir. Zu erkennen, dass wir fantasievoll und kreativ sein und unsere Vorstellungskraft nutzen dürfen, ist an sich therapeutisch.

Was ist Ihnen sowohl in Ihrer feministischen als auch medialen Arbeit das größte Anliegen?

Das Wichtigste ist für mich der kulturelle Wandel. Wir haben das Patriarchat in unseren Köpfen. Es ist im System, in der Unterhaltung ... deswegen glaube ich, dass unsere Arbeit im kulturellen Bereich stärker sein müsste. Unsere Botschaft muss mehr Menschen erreichen, damit mehr Menschen sich selbst hinterfragen und bemerken, dass die Welt nicht ideal ist. Ich hoffe, dass meine Arbeit etwas zum kulturellen Wandel beiträgt.

Was ist Ihre Botschaft an die Zuhörer_innen?

Wir dürfen nie aufhören, zu hinterfragen und nach der Wahrheit zu suchen. Wenn wir etwas hören, müssen wir uns sofort fragen: Ist das wirklich so? Wir müssen den Mut haben, uns vorzustellen, wie etwas anders sein könnte. Wir müssen den Mut haben, uns vorzustellen, dass eine andere Welt möglich ist.

Pionierarbeit auf regionaler Ebene

Land:	NAMIBIA	
Pressefreiheit 2013:	weltweit	Rang 19
	Afrika	Rang 1
Good Practice-Beispiel:	Sister Namibia	
Strategie:	Bewusstseinsbildung an der Basis	
Interviewpartnerin:	Laura Sasman, Direktorin	

Namibia liegt an der Südwestküste Afrikas und ist sehr dünn besiedelt. Das Land stand im 19. Jahrhundert unter deutscher Herrschaft und danach unter südafrikanischer Kontrolle. Seit seiner Unabhängigkeit im Jahr 1990 gilt Namibia als friedlich und stabil.

Medien

Namibia wird von westlichen und afrikanischen Medien sowie Organisationen als das Land mit dem freiesten Medienklima am afrikanischen Kontinent gefeiert. Auf der Liste der Pressefreiheit liegt Namibia auf Platz 19 weltweit und ist damit in Afrika das Land mit der größten Pressefreiheit. Diese Spitzenposition hält das Land seit 2010. Der Bericht betont, dass Namibia bei der Pressefreiheit „ausgezeichnet“ abschneide – besser als Großbritannien oder Japan.

Namibias einziger staatlicher Sender ist NBC, mit Rundfunk und Fernsehen. Daneben gibt es einen weiteren privaten Fernsehsender und an die 20 private und Community-Radiosender sowie eine private religiös fundierte Radiostation.

Im Jahr 1991 wurde die *Erklärung von Windhuk* verabschiedet, die als Wendepunkt für die afrikanischen Medien gilt. Sie ebnete den Weg für die Einführung des Internationalen Tags der Pressefreiheit durch die UN-Vollversammlung, der jedes Jahr am 3. Mai begangen wird. Das Medieninstitut des Südlichen Afrika (MISA) analysiert regelmäßig die Medienszene Namibias und stellt die Beurteilung von ROG in Frage. Es gebe zwar keine staatliche Zensur, dennoch herrsche die Selbstzensur – vor allem bei der Staatszeitung und beim öffentlich-rechtlichen Sender NBC sei die „Schere oder der Diktator im Kopf“ besonders ausgeprägt. Außerdem werden den Journalist_innen mangelnde Kompetenz und Leidenschaft attestiert – anstatt als Kritiker_innen der Macht sähen sich viele Radio- und Fernsehmoderator_innen eher in der Rolle als Unterhalter_innen.

Menschenrechtssituation für Frauen

Amnesty International berichtet von Diskriminierung gegen Frauen und Kinder in Namibia. Diese seien vor allem sexueller Gewalt ausgesetzt, nicht zuletzt in Form von traditionellen Praktiken. Der Jahresbericht von 2013 spricht außerdem von zahlreichen Morden an Frauen durch ihre Partner. Kinderprostitution und Kinderheirat seien gesetzlich zwar verboten, würden aber dennoch praktiziert.

Sister Namibia

Strategie: Durch leicht verständliche Aufbereitung und lokale Verteilung werden Frauenthemen allen sozialen Schichten zugänglich gemacht.

Die Organisation

Sister Namibia ist eine feministische Non-Profit-Frauenrechtsorganisation aus Windhuk, die 1989, ein Jahr vor der Unabhängigkeit, vom „Sister-Kollektiv“ gegründet wurde. Dieses bestand aus zehn Schwarzen und Weißen Journalistinnen, Sozialarbeiterinnen und Lehrerinnen. Die Organisation nützt aktiv die Medien, um Bewusstsein für Themen, die afrikanische Frauen betreffen, zu schaffen – Frauen sollen dazu inspiriert werden, eigene freie Entscheidungen zu treffen. *Sister Namibia* will neue feministische Perspektiven schaffen und bedient sich dafür der Bildung, Information und der kollektiven Aktion.

Ein großes Thema, das *Sister Namibia* von Beginn an beschäftigt hat, ist Homophobie. Die Organisation war die erste NGO Namibias, die sich öffentlich für Lesbenrechte eingesetzt hat. Durch die nach außen getragenen Forderungen und Thematisierung von queeren Themen wurden allerdings auch die Attacken immer heftiger. Mitte der 1990er-Jahre richtete sich die Stimmung in Namibia gezielt gegen Homosexuelle, angesteckt vom Nachbarland Zimbabwe. Als damals die Regierungen zur Verhaftung und Eliminierung von Lesben und Schwulen aufriefen, wandten sich Betroffene an *Sister Namibia*. 1997 wurde schließlich eine neue Initiative gegründet: *Rainbow Project*, die erste Organisation im Land, die explizit für Homosexuelle und Transgender-Personen arbeitete.

Auch die Bewusstseinsbildung im Bereich sexuelle Rechte gehört zu den Schwerpunkten von *Sister Namibia*. 2007 wurde die „Sexual Rights Campaign“ lanciert, die Frauen über ihre sexuellen Rechte aufklärt und über kulturelle Praktiken, die diese verletzen. Dazu gehören Initiationsriten, Polygamie, Witwenvererbung oder auch der sogenannte „Dry Sex“, bei dem sich Frauen mit Kräuterpulver die Vagina austrocknen, um dem Mann mehr Lust zu bereiten. Auch HIV und AIDS gehören zu den Themen der Kampagne. Dabei soll vermittelt werden, dass Frauen aktive sexuelle Wesen sein dürfen, die Bedürfnisse haben und diese offen ausdrücken können. Das Tabu, über den eigenen Körper zu sprechen, soll damit abgebaut werden.

Medienarbeit

Das Bewusstsein der Frauen sollte gestärkt und ihnen beim Aufbau einer postkolonialen demokratischen Gesellschaft eine Stimme geben. Teil der Arbeit war von Beginn an die Zeitschrift mit demselben Namen, die zunächst vierteljährlich erschien. Deklariertes Ziel war es, aktiv der heterosexistischen Diskriminierung entgegenzuwirken. Die Themen der ersten Ausgaben waren Wohnungsnot, Teenagerschwangerschaften, Landreform und gesetzliche Diskriminierung.

Das Blatt bringt vor allem Porträts von Männern und Frauen, Kindern und Organisationen, die die gängigen Strukturen von Geschlecht und Sexualität in Frage stellen. Die Zeitschrift erscheint in Englisch, Afrikaans und Oshiwambo. Brennpunktthemen sind weiterhin Vergewaltigung, geschlechterspezifische Gewalt sowie Patriarchat und Misogynie generell. Abgesehen von dem Magazin nutzt *Sister Namibia* das Internet, um ihre Botschaft zu verbreiten. Die Organisation ist auf Facebook aktiv und betreibt außerdem einen Blog. Der Blog nimmt zum Beispiel zu Kommentaren, die es auf Facebook-Postings gegeben hat, Stellung. Er greift Themen auf, die die Öffentlichkeit bewegen, und schreibt Kommentare aus feministischer Perspektive dazu. Der Blog ist klar subjektiv, die Autorin erwähnt wiederholt ihre eigenen Gefühle bei bestimmten Themen oder Ereignissen. Immer wieder gibt es Querverweise zum Magazin oder zur Facebook-Seite. Außerdem nutzte die Organisation seit 1999 auch das lokale Community Radio *Katutura Community Radio*, um ihre Anliegen auf medialer Ebene zu verbreiten.

2009 wurde ein zweites Büro in Ongwediva im Norden Namibias eröffnet. Es werden öffentliche Diskussionen über Kultur, Feminismus, HIV und AIDS sowie Gender und Sexualität veranstaltet. Die Beiträge im Magazin schaffen die Ausgangsbasis für die Diskussionen. Das ergibt eine Symbiose – für die Frauen in Ongwediva sind die Treffen eine öffentliche und sichere Plattform, um sich über alltägliche Themen auszutauschen. Zugleich bekommen die Mitarbeiter_innen von *Sister Namibia* Feedback zu einzelnen Artikeln und erfahren, welche Themen sich die Leser_innen wünschen.

Ein großer Meilenstein der Organisation ist die „50/50 Kampagne“, die initiiert worden war, um die Frauenquoten auf den politischen Führungsebenen zu erhöhen. Sie wurde während der Parlamentswahlen zwischen 1999 und 2004 durchgeführt und gehörte zu den ersten Kampagnen dieser Art in Afrika.

„Wir wollen eine kritische Stimme sein“

Interview mit Laura Sasman, Direktorin von Sister Namibia

Sie gehören zu den Gründerinnen von Sister Namibia. Was hat Sie dazu veranlasst?

Ich gebe Ihnen die Antwort, die Ihnen wahrscheinlich alle Medienfrauen hier bei uns geben: Die afrikanischen Medien waren und sind männerdominiert. Themen, die Frauen betreffen, werden entweder gar nicht oder auf sehr stereotypisierte Art und Weise abgedeckt. Die Perspektive von Frauen wird nicht optimal repräsentiert. Frauen werden üblicherweise als Opfer oder als fürsorgliche Mutter dargestellt. Eine andere Sichtweise gibt es gar nicht. Unsere Zeitung behandelt Themen aus einer Gender-Perspektive heraus. Wir wollen eine kritische Stimme sein.

Wer ist Ihr Zielpublikum?

Unser Hauptzielpublikum sind natürlich Mädchen und Frauen. Viele Leserinnen kommen aus sozial unterprivilegierten Schichten. Sie können nicht rausgehen und sich das Magazin kaufen, deswegen gehen wir selbst in diese Gegenden und geben es ihnen gratis. Wir werden in urbanen Gegenden gelesen, in armen und auch zum Beispiel in Kavango, einer sehr entlegenen Gegend. Und wir haben auch männliches Publikum. Es gibt auch eine internationale Leser_innenschaft, aber die ist eher klein.

Wie finanziert ihr das Magazin?

Das Magazin lebt rein von Spenden. Wir können von unseren Leserinnen kein Geld verlangen. Wir bringen vier Ausgaben pro Jahr heraus, das sind ca. 24.000 Stück. Viele gehen auch an Büchereien und Archive.

Wer macht Sister Namibia?

Wir sind zwei Redakteurinnen, und wir haben unglaublich viel zu tun. Wir machen alles, was anfällt. Das Magazin bezahlt den Mitarbeiterinnen wenig, anders geht es nicht. Sehr oft haben wir auch Praktikantinnen.

Was ist momentan die Hauptaufgabe?

Wir versuchen, auf sozialen Netzwerken aktiver zu werden. Wir arbeiten gerade daran, unsere Website zu verbessern. Auf Facebook werden wir auch immer präsenter und versuchen regelmäßig zu bloggen. Sister Namibia ist übrigens das einzige afrikanische populäre Magazin, alle anderen sind akademische Publikationen.

Wissenschaft und Basisarbeit transnational vernetzt

Land:	SÜDAFRIKA
Pressefreiheit 2013:	weltweit Rang 52
Good Practice-Beispiel:	Gender Links
Strategie:	akademische Inhalte journalistisch vermitteln
Interviewpartnerin:	Gladness Hemedi Munuo, regionale Begleiterin

Südafrika steht für Diversität und Kontraste. Das Land, in dem es elf offizielle Sprachen gibt, gilt als Afrikas Großmacht. Es hat die stärkste Wirtschaft des Kontinents, dennoch ist extreme Armut, hohe Kriminalität und Arbeitslosigkeit weit verbreitet.

Südafrika kämpft immer noch mit den Nachwirkungen der Apartheid, die von der Weißen Regierung 1948 eingeführt worden war. Die Landverteilung ist eines der Schlüsselthemen im Land – der Großteil des Farmlandes ist immer noch im Besitz der Weißen Bevölkerung. Die Regierung will bis 2014 30 % des Landes an die Schwarze Bevölkerung zurückgeben.

Medien

Auf der Rangliste der Pressefreiheit steht Südafrika auf Platz 52 und ist im Vergleich zum Vorjahr um zehn Plätze abgerutscht.

Generell wird die in der Konstitution verhaftete Pressefreiheit respektiert, und es gibt wenige Hinweise auf Repressalien gegenüber Journalist_innen. Die *South African Broadcasting Corporation* (SABC) gilt heute als weitaus kritischer und objektiver als während der Apartheid.

Für Kritik sorgte das heftig umstrittene „Gesetz über den Schutz staatlicher Informationen“, das harte Gefängnisstrafen für Whistleblower_innen vorsah. Reporter ohne Grenzen ortete eine Bedrohung vor allem für investigative Journalist_innen. Am 12. September 2013 stoppte Präsident Jacob Zuma das Gesetz.

Südafrika ist der größte Medienplayer des Kontinents. Allein in Johannesburg gibt es Dutzende Radiosender. Besonders populär sind in Südafrika die Pay-TV-Anbieter. Die SABC ist der größte staatliche Fernsehsender, der auch die größte Bandbreite an Radiosendern besitzt. Rund 20 Sender bieten ihr Programm auf elf Sprachen an. Dazu kommen drei große Privatradiosender und zahlreiche Community-Sender, die meist ganz spezifisches Zielpublikum haben und deren Zahl ständig wächst. Laut *OMD Media Facts Report 2013* sind in ganz Südafrika über 200 Radiosender registriert, rund 180 davon Community-Sender. Die Medien gehören einigen wenigen Konzernen, die Radiofrequenzen sind dennoch zum Großteil mit Sendern der SABC belegt.

Menschenrechtssituation für Frauen

Homophobie und Gewalt vor allem gegen lesbische Frauen ist laut AI ein anhaltendes Problem in Südafrika. 2012 wurden mindestens fünf lesbische Frauen aufgrund ihrer sexuellen Orientierung ermordet. Ende 2012 verurteilte das Justizministerium offiziell geschlechterspezifische Verbrechen und anerkannte die dringende Notwendigkeit zur Bewusstseinsbildung und Bekämpfung von auf Geschlechteridentitäten basierenden Vorurteilen. Gewalt gegen Frauen ist und bleibt ein gesellschaftliches Problem in Südafrika. Vergewaltigungen haben epidemische Ausmaße erreicht: 2012 wurden der Polizei rund 65.000 sexuelle Übergriffe gemeldet, davon über 48.000 Vergewaltigungsfälle. In 40 % der Fälle waren Frauen die Opfer, in knapp 49 % waren es Kinder. Südafrika bleibt eines der Länder mit der weltweit höchsten Rate an HIV/AIDS-Infizierten. Die hohe Zahl von infizierten Schwangeren und der limitierte Zugang zu pränataler Behandlung ist ein damit verbundenes gender-spezifisches Problem in Südafrika.

Gender Links

Strategie: Daten und komplexe Inhalte journalistisch aufarbeiten und transnational verbreiten.

Die Organisation

Die Organisation *Gender Links*, mit ihrem Hauptbüro in Johannesburg, existiert seit 2001 und hat Büros in neun afrikanischen Ländern. Die Organisation arbeitet vor allem im Bereich der Forschung und Weiterbildung. Sie erhebt Daten, die für das Vorantreiben von Geschlechtergerechtigkeit von Bedeutung sind, und arbeitet sie journalistisch auf. Außerdem bietet sie Trainings für gender-sensible Berichterstattung für Journalist_innen an. *Gender Links* ist der *Southern African Protocol Alliance* verpflichtet, die afrikanische und globale Gender-Themen zusammenführt und bis 2015 strategische Ziele in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit definiert hat.

Ein „Gender-Barometer“ misst jährlich den Fortschritt, den Regierungen in Bezug auf ihre Geschlechterpolitik machen. Richtlinien sind die 28 Ziele des Protokolls. *Gender Links* hat diese Ziele mit drei Arbeitsfeldern verbunden:

- Gender,
- Klimawandel,
- wirtschaftliche Gerechtigkeit

Die Organisation arbeitet mit lokalen, nationalen und internationalen Partner_innen zusammen. Definierte Ziele der Organisation sind:

- Geschlechtergerechtigkeit in den Medien und durch die Medien in allen politischen Feldern vorantreiben;
- Entwicklung von Richtlinien und Kampagnen, um geschlechterspezifische Gewalt und HIV/AIDS entgegenzuwirken und wirtschaftliche und klimatische Gerechtigkeit voranzutreiben;
- die Fähigkeiten von Männern und Frauen zu fördern, sich kritisch in Demokratieprozesse einzubringen.

Gender Links verpflichtet sich selbst zur Veröffentlichung von Resultaten, die folgende Kriterien beinhalten:

- Erhebung von Daten, die *Gender Gaps* aufzeigen,
- Mainstream-Medien und Neue Medien für Lobbying und Einforderung von Rechten zu nutzen,
- Erstellung eines Aktionsplans in Kooperation mit unterschiedlichen Partner_innen,
- nachhaltige Synergien zu schaffen,
- Monitoring und Evaluation des Fortschritts anhand angemessener regionaler und internationaler Werkzeuge,
- Lernen, Schaffen von Wissen und Innovation,
- Institutionelle Effizienz zu verbessern,
- Fundraising auf regionaler und nationaler Ebene.

Das SADC Protocol on Gender and Development

Das SADC-Protokoll ist eine freiwillige Verpflichtungserklärung mehrerer südafrikanischer Staaten, die sich 28 Ziele zur Erreichung der Geschlechtergerechtigkeit gesetzt hat. Die Mitglieder bieten einander Unterstützung, tauschen Informationen aus und bieten *Peer Reviews* an. Die Ziele beinhalten unter anderem folgende Themenfelder:

- konstitutionelle Rechte,
- Regierungsarbeit,
- Weiterbildung und Training,
- wirtschaftliche Stärkung,
- Gesundheit,
- HIV/AIDS,
- Frieden und Konfliktlösung.

Die Artikel 29 und 30 beziehen sich auf das Themenfeld *Medien, Information und Kommunikation*. Das Protokoll fordert die gleichberechtigte Repräsentierung von Frauen in allen Feldern und allen Bereichen der Medienarbeit. Die Stimmen von Männern und Frauen müssen gleichberechtigt gehört werden können. Das Protokoll fordert mehr Beiträge von, für und über Frauen und dass Geschlechterstereotypen von den Medien herausgefordert werden.

Projekte

Gender Links hat eine enorme Bandbreite an Projekten – ein Medienprojekt von vielen läuft unter dem Titel „Gender equality in and through the media“ und bietet Trainings für professionelle Journalist_innen in Bezug auf gender-sensible Berichterstattung an. Das *Gender and Media Diversity Center* ist eine Schnittstelle zwischen NGOs und akademischen Institutionen, die Daten bereitstellt. Das Zentrum organisiert Workshops, Kooperationen mit Universitäten und versucht, gender-spezifische Berichterstattung in die kommerziellen Medien zu bringen.

Ein weiteres erwähnenswertes Projekt ist die „Roadmap to Equality: Voices and Views“, das eine zehnteilige Radioserie zum Herunterladen bereitstellt. In den Beiträgen werden unterschiedliche Sichtweisen auf Geschlechtergerechtigkeit aus dem Südlichen Afrika vorgestellt. Auch Beiträge mit Schwerpunktthemen wie Gewalt gegen Frauen oder HIV/AIDS werden produziert und als Gratis-Download für kommerzielle Medien auf der Homepage von *Gender Links* zur Verfügung gestellt.

„Wir müssen uns einmischen“

Interview mit Gladness Hemedi Munuo, Regionale Begleiterin in Tansania

Was sind Ihre wichtigsten Arbeitsfelder?

Wir bieten Trainings für Journalist_innen in den Städten und den Communities an. Wir machen Studien und sammeln Daten, und wir beschäftigen uns mit dem Klimawandel und mit Konflikten – aber alles aus einer Gender-Perspektive.

Die meisten Medienhäuser haben ihre eigenen Gender-Richtlinien. Wir bieten ihnen Unterstützung bei der Erstellung und Überarbeitung an. Viele Medienhäuser haben sich ebenfalls dem SADC-Protokoll verpflichtet.

Wer sind die Leiter_innen dieser Medienhäuser?

Es sind immer noch fast nur Männer. Wir arbeiten gerade an einer Erhebung, die 2009 begonnen hat und bis heute geht. Bei der Auswertung werden wir sehen, dass es sehr wohl Veränderungen in den Führungsebenen der Medienhäuser gegeben hat.

Sie veranstalten Gender-Trainings für Journalist_innen. Wie motivieren Sie die Männer, dabei mitzumachen?

Zu Beginn haben fast immer nur Frauen mitgemacht. Da haben wir gesagt, dass die Seminare nur stattfinden, wenn sie zur Hälfte mit Männern besetzt sind. Denn Geschlecht betrifft alle, nicht nur die Frauen. Das hat gewirkt.

Arbeiten Sie auch mit Journalist_innen der Community-Medien zusammen?

Wir würden gerne mehr mit ihnen zusammenarbeiten. Unsere Büros sind in den Städten, und die meisten Community-Radios sind am Land – da kommen wir nicht so leicht hin. Am ehesten arbeiten wir in Südafrika mit den Community-Sendern zusammen, denn in Johannesburg zum Beispiel gibt es viele Community-Sender, die für ethnische Minderheiten oder einfach für die Nachbarschaft senden.

Welche Themen sind Ihnen die größten Anliegen?

Das größte Problem hier in Afrika ist die geschlechterspezifische Gewalt. Sie entsteht oft auch durch den Mangel an Arbeitsplätzen und die Frustration, die sich bei den Männern dadurch aufstaut. Darauf muss man den Fokus noch viel mehr legen. Reporter_innen müssen sensibilisiert werden, aber oft mangelt es auch an Finanzierung für diese Projekte.

Versuchen Sie auch verstärkt, junge Frauen zu erreichen?

Wir versuchen es, aber es ist sehr schwierig. Wir ermutigen die Frauen, in die Politik zu gehen und sich einzumischen. Wir motivieren sie dazu, mit den Männern in Konkurrenz zu treten und sich nicht automatisch unterzuordnen. Außerdem animieren wir sie dazu, zum Mikrofon zu greifen und das Radio als Sprachrohr zu nutzen.

Was war für Sie in den Jahren bei Gender Links eine besondere Errungenschaft?

Das war wohl, als Gender Links einen Medienpreis bekommen hat. Es gab ein Projekt vom Büro in Tansania, das nannte sich „Kangaroo-Project“, und es ging um Frühgeburten. Das Projekt war harte Arbeit. Gender Links hat mehrere Projekte eingereicht, aber unser „Kangaroo Project“ hat gewonnen. Darauf war ich ganz besonders stolz.

Bewusstseinsbildung von Journalist_innen

Land:	TANSANIA	
Pressefreiheit 2013:	weltweit	Rang 70
Good Practice-Beispiel:	TAMWA (Tanzania Women's Media Association)	
Strategie:	Bang-Style-Journalismus	
Interviewpartnerin:	Valerie Msoka, Geschäftsführerin	

Tansania gehört zu den ärmsten Ländern der Welt. 1964 fusionierten das Festland Tanganyika und die Insel Sansibar zum heutigen Tansania. Seit 1992 gibt es eine Mehrparteienspolitik. Das Land gilt als stabil. AI attestiert Tansania eine sich verschlechternde Menschenrechtslage. Die Behörden haben die Presse- und Versammlungsfreiheit im Jahr 2012 eingeschränkt. Gewalt gegen Frauen ist ein stets gegenwärtiges Problem, Täter werden nur selten zur Rechenschaft gezogen.

Medien

Auf dem Ranking der Pressefreiheit von ROG liegt Tansania im Jahr 2013 auf Platz 70 und ist damit seit dem vorangegangenen Jahr um 36 Plätze abgerutscht. Im Ranking des Kontinents Afrika gehört das Land damit zu den Verlierern, wenn auch bei weitem nicht zu denen mit der geringsten Pressefreiheit. 2012 wurde ein Journalist, der über eine Demonstration berichtete, von einem Polizisten ermordet. Ein weiterer wurde tot aufgefunden, eine vorsätzliche Ermordung wurde nachgewiesen. Am 8. Jänner 2013 wurde der Reporter des Community-Radios *Radio Kwizera* ermordet. Laut AI werden die Medien durch Gesetze reguliert, die mit der Verfassung und dem internationalen Recht nicht im Einklang sind.

Nachdem das Mehrparteiensystem Anfang der 1990er-Jahre eingeführt worden war, entwickelte sich rasch eine mehr oder weniger pluralistische Medienlandschaft. Das erste staatliche Fernsehen ging erst 2001 on air, einige Jahre später kam der erste private Fernsehsender. Mittlerweile gibt es zwei staatliche Fernsehstationen – TBC (Tansania Broadcasting Corporation) und TV Sansibar. Man sagt ihnen regierungstreue Berichterstattung nach.

Vor allem in den Städten sind zahlreiche private Radiosender on air. Daneben gibt es drei staatliche Radiosender, eine davon auf Sansibar. Parapanda *Radio Tansania* wurde eingeführt, um junge Hörer_innen von den kommerziellen Sendern abzuwerben. Der größte Community-Sender ist *Orkonerei Radio Service* (ORS).

Das Festland und Sansibar haben unterschiedliche Medienregelungen. Dennoch können die meisten Sender vom Festland auf Sansibar empfangen werden, auch die Zeitungen kommen auf die Insel.

Menschenrechtssituation für Frauen

Sexuelle und andere Formen geschlechtsspezifischer Gewalt, vor allem interfamiliäre Gewalt, sind immer noch weit verbreitet. Ältere Frauen laufen Gefahr, wegen angeblicher Hexerei Opfer von Übergriffen zu werden. Die Praxis weiblicher Genitalverstümmelung ist nach wie vor in einigen Landesteilen üblich.

Seit 2011 findet in Tansania ein Überarbeitungsprozess der Verfassung statt. Im Mai 2012 haben die Kommissionsmitglieder ihren Amtseid abgelegt. Die Organisation TAMWA ist in den Reformprozess involviert. Der Vorschlag wurde im Juni 2013 vorgelegt und zurzeit begutachtet. Abgeschlossen werden soll der Prozess am 26.5.2014 mit einer neuen Verfassung.

Media Gender Code of Ethics

2008 führte das *Media Council of Tanzania* (MCT) einen Media Gender Code of Ethics ein. Dieser wurde 2009 von den Stakeholdern angenommen. Das MCT beobachtet und reguliert die tansanischen Medien, um eine freie, verantwortungsvolle und ethische Presse wiederzubeleben. Ihr Hauptanliegen ist die Schaffung eines Umfelds, in dem sich Medien etablieren können, die für eine demokratische und gerechte Gesellschaft arbeiten.

Historischer Hintergrund

Der Journalismus hat sich in den letzten Jahrzehnten in Tansania enorm weiterentwickelt. 1992 gab es ganze fünf Zeitungen und einen Radiosender, die den Regierungsparteien gehörten. Mittlerweile sind 20 Tagesblätter und 53 Wochenmagazine auf dem Markt, dazu 42 weitere Zeitungen. Die Radiowelt ist auf 26 Sender angewachsen, es gibt 15 Fernsehstationen und 20 Kabelanbieter. 99,9 % davon sind allerdings in den Händen von Männern. Die Zahl der Journalist_innen ist in den letzten zwei Jahrzehnten von 230 auf rund 3.000 angestiegen.

Die Liberalisierung und Veränderung der tansanischen Medienwelt ist nicht zuletzt der Lobbyarbeit von Medienfrauen zu verdanken – allen voran den Frauen der Organisation Tanzania Women's Media Association (TAMWA). Sie versucht unterschiedliche Aspekte der Medienwelt zu beeinflussen – vom Storytelling über Bewusstseins-schaffung bis hin zum Medienmanagement.

Media Gender Code of Ethics – Gender-Ethikkodex für Medien

Trotz der positiven Entwicklung sind die tansanischen Medien von einem männlichen Bias durchwachsen – sowohl in Bezug auf den Inhalt als auch auf die Strukturen. Innerhalb der Medienunternehmen konzentrieren sich die Positionen der Frauen – wie auch in vielen anderen Ländern – auf administrative Tätigkeiten.

2008 hat die *Southern African Development Community (SADC)* das Gender and Development Protocol unterschrieben. Das nahm die MCT zum Anlass, gemeinsam mit der in Johannesburg stationierten Organisation Gender Links den Media Gender Code of Ethics zu verfassen. Mehrere Umstände waren dafür ausschlaggebend:

- Der Großteil der tansanischen Medien hatte keine Gender-Aspekte in der Berichterstattung.
- Männer besetzten tendenziell die Führungspositionen, Frauen die untergeordneten Positionen.
- Verfasser von großen politischen Berichten waren Männer, während Berichte über Kinder, Behinderte oder andere marginalisierte Gruppen von Frauen gemacht wurden.
- Dasselbe gilt für Reportagen – während männliche Reporter ins Feld geschickt wurden, deckten Reporterinnen Themen wie Kulinarik und Mode ab.
- Es herrschte ein genereller Unwille, aufstrebende junge Journalistinnen in den Newsroom zu holen.

Zielpublikum des *Media Gender Codes of Ethics* sind professionelle Medienmacher_innen: Medieninhaber_innen, Redakteur_innen, Fotograf_innen und Videojournalist_innen, Nachrichtenagenturen, Journalist_innen, PR-Leute und die Werbebranche. Der Kodex soll in der täglichen Arbeitspraxis benutzt werden.

Für die Entwicklung des Kodex wurde ein Komitee eingerichtet. Zusätzlich wurden die Expertisen von Wissenschaftler_innen, Medienfachleuten, Gender-Expert_innen und Stakeholdern herangezogen. Der Kodex wurde 2009 veröffentlicht.

Die Hindernisse, denen das Komitee gegenüberstand, gründeten zum Teil in der mangelnden Professionalität der Medienmacher_innen. Der Trend in Richtung freie Medien hatte zur Folge, dass Einzelpersonen Medienunternehmen gründeten und Berichte ohne Rücksicht auf ethische Standards veröffentlichten. Eine weitere Schwierigkeit war die Ablehnung, mit der viele Journalist_innen dem Konzept „Gender“ gegenübertraten.

Implementierung des Kodex

Die Bewusstseinsbildung fand in den Redaktionen direkt statt. Ab 2011 wurden in Tansania und in Sansibar Kurse rund um Gender-Mainstreaming abgehalten, um dem Kodex zu Popularität zu verhelfen. Frauen sollten dazu ermutigt werden, als Fotojournalistinnen und in anderen technologischen Bereichen der Medien zu arbeiten. Im Februar 2013 wurde der Kodex auf Kiswahili und auf Englisch gedruckt.

Gemeinsam mit TAMWA und dem *Media Institute of Southern Africa* (MISA-TAN) wurden Preise für Arbeiten vergeben, die sich besonders innovativ mit dem Thema Gender auseinandergesetzt hatten. Außerdem sind an einigen Universitäten *Media and Gender*-Lehrgänge ins Leben gerufen worden.

Um den Kodex erfolgreich umzusetzen, müssen die Selbstkontrollmechanismen funktionieren. Das Ethikkomitee verurteilt Verstöße gegen den Kodex und kann auch unterschiedliche Sanktionen setzen. Nachrichten werden evaluiert und Chefredakteur_innen auf Schieflagen in der Berichterstattung aufmerksam gemacht.

Die große Herausforderung für die Medienunternehmen in Tansania ist es nun, die durch MCT und die Entwicklung des *Media Gender Codes of Ethics* entstandenen Rahmenbedingungen und Netzwerke effektiv zu nutzen und ihre eigenen Selbstkontrollmechanismen zu schaffen.

TAMWA (Tanzania Media Women's Association)

Strategie: Journalist_innen durch eine geballte Informationswelle („BANG“) für bestimmte Themen sensibilisieren und sie so an die Öffentlichkeit bringen.

Die Organisation

TAMWA bezeichnet sich als „Media Advocacy Institution“. Sie wurde 1987 gegründet. Die Organisation hat mehr als 100 Mitglieder - allesamt Medienfachfrauen wie Redakteurinnen und Journalistinnen, aber auch Mitarbeiterinnen staatlicher Institutionen. TAMWA behandelt menschenrechtliche Themen aus einer Gender-Perspektive. Die Organisation tritt für den Schutz von Frauen- und Kinderrechten ein und nutzt die Medien als Sprachrohr. Deklariertes Ziel ist es, einen sozialen Wandel herbeizuführen.

TAMWA arbeitet auf drei unterschiedlichen Ebenen:

- mit den Medien,
- mit Frauenorganisationen,
- durch Sensibilisierung der Gesellschaft.

Auf Ebene der Medien will TAMWA ausgeglichene Geschlechterverhältnisse in den Newsrooms und in den Führungsebenen der Medienhäuser erreichen. Anliegen von Frauen sollen dadurch weniger klischeehaft transportiert und Themen wie Vergewaltigung und Kinderheirat ernsthaft dargestellt werden. Dadurch wird beim Publikum Bewusstsein geschaffen, und es wird für diese Anliegen sensibilisiert.

Für den Zeitraum 2009 bis 2014 hat die Organisation fünf strategische Anliegen formuliert, auf denen der Hauptfokus der Arbeit liegt:

Gender Based Violence (GBV) – Geschlechterbezogene Gewalt

Dazu gehören Themen wie Kinderheirat, Vergewaltigung, Teenager-Schwangerschaften, die Verweigerung der Erbschaft an Frauen, Genitalverstümmelung (FGM), HIV und AIDS.

Good Governance – verantwortungsbewusste Regierungsführung

Die Organisation spricht sich gegen jede Form der Korruption aus und partizipiert aktiv in Debatten über Diskriminierung von Frauen.

Gender Equality – Gleichberechtigung der Geschlechter

Die Organisation arbeitet für die Stärkung von Frauen in den sozialen, politischen und wirtschaftlichen Bereichen der Gesellschaft.

Armut

Die Armut von Frauen soll durch die Stärkung von Fähigkeiten und Wissen verringert werden.

Gesundheit

Müttersterblichkeit soll mithilfe von Information reduziert und mehr Bewusstsein zu HIV/AIDS geschaffen werden.

Methode

TAMWA leuchtet diese fünf thematischen Hauptkategorien anhand journalistischer Umfragen aus und analysiert die Gesetze und Richtlinien. Über die Medien soll Bewusstsein in der Bevölkerung geschaffen werden. Um das umzusetzen, organisiert der Verein Medientrainings in vier Regionen am Festland und in Sansibar. Außerdem werden Broschüren sowie Radio- und Fernsehspots produziert.

Das wichtigste Instrument von TAMWA ist der „Bang-Style-Journalismus“ – ein bestimmtes Gender-Thema wird definiert und ausgearbeitet. Dann geht eine Flut an Pressemitteilungen, Radiospots und Daten an alle Medien. Durch den plötzlichen „Bang“, die Fokussierung auf ein bestimmtes Thema, beginnen die Medien, es aufzugreifen. Die TAMWA-Frauen nutzen ihr eigenes journalistisches Wissen und liefern den Medien Stoff, den sie brauchen. Die Organisation macht damit Anliegen und Themen der Frauen zu journalistischen Themen mit Schlagzeilenwert.

Wenn Radio- oder Fernsehsender diese Themen dann aufgreifen, stellt TAMWA Expert_innen oder Mitarbeiter_innen für Interviews und Phone-Ins zur Verfügung. Laut Valerie Msoka, Geschäftsführerin von TAMWA, sind die Mitteilungen von TAMWA akkurat und haben soliden Nachrichtenwert, weswegen die Organisation als verlässliche Quelle gelte. Die Redakteur_innen bekommen relevante Daten für ihre Geschichten. Die Daten werden außerdem an unterschiedliche Ministerien und an die Stakeholder geschickt, um Anliegen in politische Themen zu verwandeln.

TAMWA hat ein Handbuch verfasst, das eine Anleitung zur Berichterstattung ohne Gender-Bias darstellt. Es ist gratis und wurde an alle Medienhäuser verschickt. Momentan wird es in Kiswahili übersetzt.

Stipendien

TAMWA kümmert sich auch um den gediegenen Nachwuchs an Journalistinnen und bietet Stipendien an. Die Mitglieder zahlen dafür jährlich in einen Fonds ein. Mindestanforderung für Stipendiat_innen ist ein Bachelor-Abschluss in Journalismus, die Gelder werden für weiterführende Studien vergeben. Ein Jahr nach dem Abschluss muss das Stipendiendarlehen dann zurückgezahlt werden.

Zukünftige Projekte

Zur Zeit (Stand Juni 2013) werden Mittel für die Errichtung eines Büros in Sansibar aufgestellt. Dieses soll ein Zentrum für Ressourcen und Information über Anliegen von Frauen und Kindern werden. TAMWA dokumentiert, wie und in welchem Umfang die Medien diese Themen abdecken und stellt die Daten dann dem Zentrum zur Verfügung.

„Bewaffnet mit Kugelschreiber und Mikrofon“

Interview mit Valerie Msoka, Gründungsmitglied

Sie haben vor fast 27 Jahren TAMWA mitbegründet. Warum?

In den 80er-Jahren war es für Frauen eine Herausforderung, in den Medien zu arbeiten. Es gab nicht viele Frauen im Mediensektor – aber die, die es gab, hatten alle die gleichen Probleme. Wenn im Newsroom eine Story als besonders wichtig erachtet wurde – weil es beispielsweise um den Präsidenten ging –, bekamen die Männer die Geschichte. Oder ein anderes Beispiel, das mir passiert ist: Der Chefredakteur bekam einen Anruf vom Ministerium und wurde über einen wichtigen Termin informiert. Seine Antwort war: „Ich kann niemanden hinschicken, es ist keiner im Newsroom“ – und das, obwohl ich direkt neben ihm gesessen bin! Allen von uns sind ähnliche Dinge passiert – die Szenarien waren immer die gleichen, aber in unterschiedlichen Medienhäusern. Da haben wir gesagt: „Okay, warum gründen wir nicht einen Verein?“ Dabei hatten wir zwei Dinge im Kopf – wir wollten erreichen, dass mehr Frauen in den Redaktionen arbeiteten und sie dann auch in der Hierarchie oben stünden. Zweitens wollten wir durchsetzen, den Themen von Frauen mehr Aufmerksamkeit zu geben. Wenn Frauenthemen gebracht wurden, dann ging es meistens um Vergewaltigung – und selbst das wurde lächerlich gemacht.

Was ist Ihre Strategie?

Wir nutzen die Werkzeuge, die wir als Journalistinnen haben: einen Kugelschreiber, ein Mikrofon – und damit wollen wir Bewusstsein schaffen, Gesetze und Richtlinien verändern. Wir bringen unterschiedliche Medien zusammen, und gemeinsam informieren,

bilden und verändern wir. Frauen führen immer noch nicht die Medienhäuser an, aber sie sind Teil der Gesellschaft. Sie müssen deswegen gleichwertig repräsentiert werden.

Ist die enge Zusammenarbeit mit Journalist_innen und Redakteur_innen auch eine Strategie?

Wir bauen zu den Medienhäusern, den Redakteur_innen und den Journalist_innen Beziehungen auf. Wir bieten Trainings an, wir arbeiten mit ihnen. Sie sind in den letzten Jahren eine echte Unterstützung geworden. Wir können sie anrufen und sagen: „Wir brauchen euch“, und sie werden alle zu einem Teil des Kampfes.

War die Akzeptanz von Anfang an so hoch?

Der Anfang war hart, man hat gedacht, da sind ein paar Frauen, die Lärm machen. Aber mit den Jahren haben die Leute gesehen, wie wir mit Themen umgehen. Sie haben erkannt, welche Zugänge wir haben, wir sind immer mehr als Teil der tansanischen Gesellschaft akzeptiert worden. Wir haben uns Respekt erworben, weil wir uns mit Themen auseinandergesetzt haben, die für die Gesellschaft relevant sind. Erst vor kurzem hat ein Minister öffentlich erwähnt, dass er mit TAMWA zusammenarbeite. Oder ein anderes Beispiel: Zwei Mädchen sind von zuhause weggelaufen, weil sie beschnitten werden sollten. In Dar-es-Salam sind sie zur Polizei gegangen – und die Polizisten haben uns angerufen! Sie hätten sie genauso gut zurückschicken können. Das zeigt uns, dass schon mehr Bewusstsein herrscht und dass wir als Organisation, die mit solchen Angelegenheiten gut umgehen kann, anerkannt werden. Das haben wir durch unsere Hartnäckigkeit erreicht.

Zurück zu den Medien: Betreibt TAMWA selbst auch Radiosender?

Nein. Wir machen Trainings mit den Journalist_innen und schicken sie raus mit Aufträgen. Sie kommen mit ihren Geschichten zurück, und die gehen dann on air. Wir produzieren Radiospots, so ähnlich wie Werbungen. Dafür bezahlen wir aber. So senden wir unsere Botschaften.

Wie sind die Frauen von TAMWA in den Reformprozess der Verfassung involviert?

Es ist wichtig, dass die Menschen partizipieren und dass Frauen artikulieren, was sie wollen. Umso mehr wollen wir Anliegen zu journalistischen Themen machen. Wenn die journalistische Gretchenfrage kommt: „Was ist daran die Geschichte?“, liefern wir die Daten. Zum Beispiel beim Thema Kinderheirat: In Tansania ist man ab dem 18. Jahr volljährig, aber eine Frau kann schon mit vierzehn verheiratet werden. Wir haben die Daten – ihr Körper ist noch nicht ausgewachsen. Die Gefahr, dass beide Kinder – die Mutter und das Baby – sterben, ist hoch. Oder traditionelle Praktiken – wir liefern Daten, warum die Verfassung gewisse Punkte ändern sollte. Wir sagen: Wenn die Ältesten schon unbedingt die Übergangsriten brauchen, dann wenigstens nur unter bestimmten Bedingungen.

Welche Rolle spielen Community-Medien in Tansania?

Eine sehr wichtige. Community-Medien sind ausschlaggebend, weil sie mit den Dörfern auf Augenhöhe sind. Und sie werden immer größer! Die Menschen beginnen zu verstehen, dass, wenn wir die Themen von Grund auf anpacken wollen, wir Grassroot-Journalismus und damit auch Community-Medien brauchen. Auch wir haben uns gefragt:

Wenn wir in den Dörfern sind, wie können wir unsere Botschaften am besten verbreiten und Bewusstsein schaffen? Und wir haben uns gesagt: Unsere Spots müssen auf den Community-Radios gespielt werden, dort müssen wir Call-Ins machen. Damit werden die Themen für die Dorfbewohner_innen zugänglich.

Wie reagieren Sie, wenn Sie im Radio einen sexistischen Scherz oder eine stereotype Darstellung von Frauen hören?

Wir haben ein Handbuch erstellt, das Journalist_innen und Redakteur_innen helfen soll, klischeehafte Darstellungen zu vermeiden. Das Handbuch ist beliebt, es wird verwendet. Ich erinnere mich, vor kurzem gab es eine Sendung über Genitalverstümmelung, und die Interviewpartnerin war eine Minderjährige. Ich habe den Redakteur, den ich gut kenne, angerufen und ihm gesagt: „Das Thema war toll, aber du hattest eine Minderjährige als Protagonistin.“ Er hat mich gefragt, ob das denn ein Problem sei. Ich habe gesagt: „Ja, das ist ein Problem. Die Community könnte das Kind verbannen, du tust ihm nichts Gutes.“ Er war sich dessen einfach nicht bewusst, und manchmal ist es einfach das: Unwissenheit.

TAMWA finanziert sich über Förder_innen. Ist die Berichterstattung dann wirklich objektiv?

Die Förder_innen kommen zu uns, weil sie unsere Themen und Anliegen kennen und teilen. Es sind unsere Themen, sie unterstützen uns dabei. Sie können nicht herkommen und sagen: „Macht etwas über Kinderarbeit.“ So gerne wir das auch wollten, wir müssen trotzdem abklären, ob das Thema mit unseren strategischen Zielen vereinbar ist. In dem Fall könnten wir sagen, es hat etwas mit wirtschaftlicher Stärkung zu tun. Das ist in unsere strategischen Ziele inkludiert. Also müssen wir uns anschauen: Was passiert in einer Familie, wenn das Kind als Brotgeber_in wegfällt? Was ist die Alternative? Das wäre eine Möglichkeit, wie wir an das Thema herangehen könnten. Wir sind unseren strategischen Zielen verpflichtet. Wenn das erfüllt ist, können wir mit den Förder_innen zusammenarbeiten.

Was ist für Sie das größte Anliegen für Tansania momentan?

Die Verfassungsreform. Es ist das erste Mal, dass alle Tansanier_innen mitmachen können. Der erste Entwurf wurde schon veröffentlicht, jetzt sind die Bürger_innen gefragt, sich einzumischen. Frauen sollen ihre Anliegen formulieren. Unsere Aufgabe ist es jetzt, Frauen zu ermutigen und zu informieren.

Für 2014 und 2015 wollen wir außerdem mehr Frauen akquirieren. Es kommen die Wahlen, wir wollen Frauen darin bestärken zu kandidieren. In unserer Gesellschaft hatten Männer immer Vorteile, sie können sich ohne Probleme auf eine Bühne stellen und reden. Aber jetzt müssen wir die Frauen dazu bringen, dass sie auch reden. Wir brauchen sie, damit die Gesellschaft versteht, dass Frauen genauso viel transportieren können wie Männer.

Die Angelegenheiten, die der geschlechterbezogenen Gewalt zugrunde liegen, werden immer da sein – Gleichberechtigung, Gesundheit. Aber momentan geht es um die Verfassung. Wenn das erledigt ist, werden wir sehen, ob wir gleich stark repräsentiert werden. Denn das würde bedeuten, wir haben unser Ziel erreicht – denn wir kämpfen ja für Geschlechtergerechtigkeit.

Mit einer Kunstfigur gegen Gewalt

Land:	NICARAGUA
Pressefreiheit 2013:	weltweit Rang 78
Good Practice-Beispiel:	Radio Palabra de Mujer
Strategie:	„La Bruja“
Interviewpartnerin:	Jamileth Chavarría, Radioaktivistin

Nicaragua ist nach Haiti das ärmste Land Lateinamerikas. Immer noch sind die Nachwirkungen des Bürgerkriegs spürbar, in dem die Sandinist_innen 1979 das von den USA unterstützte Somoza-Regime stürzten.

Medien

Das mittelamerikanische Land liegt 2013 im Rang der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen auf Platz 78. Verglichen mit den beiden Nachbarländern Honduras (Platz 127) und Costa Rica (18) liegt es damit im unteren Drittel zwischen zwei Extremen. Im Vergleich zur Erhebung 2011 hat Nicaragua sechs Plätze verloren. Laut ROG ist der Abstieg (im Vergleich zum Report 2011) auf mangelnden Medienpluralismus, Spannungen zwischen der Regierung und den Medien, Schikanen gegenüber Journalist_innen sowie daraus resultierender Selbstzensur zurückzuführen. AI berichtet im Jahr 2011 von Drohungen gegenüber Journalist_innen rund um die Präsidentschaftswahlen. Bei einem UNESCO-Treffen im August 2012 in Matagalpa berichteten Radiojournalistinnen von starken Einschränkungen in ihrer täglichen Arbeit aufgrund von geschlechterspezifischer Gewalt. Durch Spät- und Nachtdienste waren sie Gefahren auf der Straße ausgesetzt. Reporterinnen wurden bei Außendiensten belästigt.

In Nicaragua gibt es keine staatlichen oder öffentlich-rechtlichen Fernsehsender, allerdings gehören einige große private Medienunternehmen der Familie des Präsidenten Daniel Ortega. Die Medien sind in den Händen einiger weniger Unternehmer_innen, darunter ein mexikanischer Geschäftsmann. Unter den Radiosendern gibt es einen staatlichen Sender – *Radio Nicaragua* – und einen von den Sandinist_innen kontrollierten Sender – *Radio Sandino*.

Menschenrechtssituation für Frauen

Vergewaltigungen und sexueller Missbrauch sind ein weitverbreitetes soziales Problem in Nicaragua. Zwischen 1998 und 2008 waren laut einer Polizeianalyse mehr als zwei Drittel der Opfer unter 17 Jahre alt, im Jahr 2012 waren 80 % der Opfer 17 Jahre alt oder jünger. Im Polizeireport von 2008 wird die sexuelle Gewalt gegenüber Kindern als „nationales Problem“ beschrieben, das normale Auswirkungen auf Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft und den individuellen Bereich längst überschritten habe. Eine in einem AI-Bericht zitierte Psychiaterin nennt die Gewalt an Frauen und Kindern „epidemisch“

und spricht davon, dass nicht alle sozialen Schichten Zugang zu fairen Prozessen hätten. Derartige Verbrechen anzuzeigen ist mit großen Hindernissen verbunden. Vor allem junge Mädchen fürchten soziale Stigmatisierung oder erhalten Drohungen vom Täter. Missbrauchsfälle kommen deswegen oft erst ans Tageslicht, wenn eine Schwangerschaft offensichtlich ist.

Seit 2008 herrscht in Nicaragua ein absolutes Verbot von Schwangerschaftsabbrüchen. Die Interamerikanische Kommission für Menschenrechte hat die Regierung 2012 aufgefordert, das Verbot aufzuheben und den Zusammenhang zwischen geschlechtsspezifischer Gewalt und sexuellen und reproduktiven Rechten zu untersuchen. Laut Gesundheitsministerium ist in den Jahren 2000 bis 2009 die Anzahl von Babys, die von Mädchen zwischen zehn und 14 Jahren auf die Welt gebracht worden sind, um 47 % gestiegen. Geschlechtsverkehr mit einem Kind unter 14 Jahren gilt laut nicaraguanischem Gesetz als Vergewaltigung. Im Juni 2012 ist das Allgemeine Gesetz über Gewalt gegen Frauen (Ley 779) in Kraft getreten. Laut AI ist das Gesetz ein Schritt nach vorn, allerdings scheitert die Umsetzung am Mangel an Ressourcen. Ende 2012 wurde ein Haftbefehl gegen einen Lehrer erlassen, der eine 14-jährige Schülerin sexuell missbraucht haben soll. Allerdings war der Polizei zufolge im Gefängnis kein Platz, weswegen er wieder auf freien Fuß gesetzt wurde.

Radio Palabra de Mujer

Strategie: Ein erfundener Charakter denunziert öffentlich Gewalt gegen Frauen. Die Anonymität der Informant_innen bleibt dadurch geschützt.

Die Organisation, das Radio und die Aktivistin

Jamileth Chavarría ist Radioaktivistin aus Bocana de Paiwa in Nicaragua. Sie ist Mitarbeiterin der Casa de la Mujer – dem „Haus der Frau“ und dem daraus entstandenen Radio Palabra de Mujer. Bocana de Paiwa liegt im Zentrum des Landes, hat rund 4.000 Einwohner_innen und besteht aus ca. 300 Häusern. Die umliegenden Dörfer sind teilweise über gepflasterte Straßen zu erreichen, zum Teil nur zu Pferde.

Casa de la mujer ist eine feministische, unparteiische und nicht religiöse Organisation, die sich den Anliegen der Frauen aus dem Dorf und der Region widmet. Im Jahr 1998 fegte ein Hurrikan über Nicaragua hinweg, der das ganze Dorf vom Rest der Welt abschchnitt. Um eine bessere Kommunikation zu ermöglichen, wurde als Folge das Radio gegründet. Palabra de Mujer ging 2002 erstmals on air.

Jamileth Chavarría, Mitbegründerin von *Palabra de Mujer*, ist in Nicaragua als La Bruja on air. Momentan lebt sie in Madrid, um dort ihr Studium fortzusetzen, wo sie als La Bruja Migrante sendet. La Bruja, die Hexe, ist der von Chavarría verkörperte Charakter einer 90-jährigen Frau, die gewalttätige Männer öffentlich anklagt.

Radio Palabra de Mujer hat im letzten Jahr langsam begonnen, sich mit anderen Radios auszutauschen. Die Universidad Centroamericana arbeitet zusammen mit Community-Radios an verschiedenen Projekten.

Außer dem Radio betreibt Casa de la Mujer ein Video-Seminar. Die Arbeit mit visuellen Medien soll die Frauen vor allem dazu ermächtigen, Momente der Gewalt oder der

Ungerechtigkeit aufzuzeigen. Einmal im Monat kommt jemand aus der Stadt, um mit den Aktivistinnen Workshops zu machen. Meistens entstehen daraus Produktionen, die auch im Fernsehen gezeigt werden.

Bocana de Paiwa hat erst seit 2010 Telefonanschlüsse. Das Dorf hat daher bis jetzt noch keinen Internetzugang und *Casa de la Mujer* daher keinen eigenen Internetauftritt.

„Der Feminismus hat mir das Leben gerettet“

Interview mit Jamileth Chavarría, Radioaktivistin

Worin wurzelt Ihr feministischer Einsatz?

Ich bin durch meine Mutter Feministin geworden. Sie ist im Bürgerkrieg gestorben und hat uns ein ziemlich hartes Motto gelehrt: „Rette sich wer kann“. Sie fand, dass wir alle lernen müssten, auf uns selbst zu schauen. Ich sehe heute, dass die Dinge, die meine Mutter gesagt hat, überhaupt nicht den dörflichen Traditionen entsprochen haben. Als meine Eltern an die Front gegangen sind, mussten meine Schwestern und ich allein zurechtkommen. Fünf Jahre nachdem sie gestorben ist, ist das „Haus der Frau“ entstanden. Damals habe ich noch nicht für die Organisation gearbeitet, aber ich konnte viel Wissen beitragen – wie man Plakate macht, Demonstrationen organisiert ... meine Mutter hat mir das beigebracht. Als ich klein war, hat sie mich zu den aktivistischen Veranstaltungen der Revolutionären Front mitgenommen.

Durch die Arbeit mit dem „Haus der Frau“ habe ich großes Interesse für feministische Anliegen entwickelt. Davor hatte ich mich nie als Feministin bezeichnet, sondern als Rebellin. Nach 17 Jahren, in denen ich ehrenamtlich für die Organisation gearbeitet hatte, wurde ich angestellt. Das hat mein Leben verändert. Der Feminismus hat mir das Leben gerettet. Er hat mich vor vielen Dingen gerettet, die den Frauen am Land passieren.

Was macht die Arbeit im „Haus der Frau“ für Sie so wertvoll?

Die Grundidee war, Aufklärung gegen die schädlichen Traditionen zu betreiben, die uns Frauen keine Vorteile und keine soziale Entwicklung gebracht haben. Im Laufe der Jahre sind im „Haus der Frau“ viele neue Projekte entstanden, wie zum Beispiel das Radio. Lange gab es keine Möglichkeit, wie wir die Frauen erreichen konnten. Wir haben sie zu unseren Workshops eingeladen, und manchmal konnten sie wegen der Entfernung, den Kindern oder aufgrund des vorherrschenden Machismo nicht teilnehmen.

1998 fegte ein Hurrikan über uns hinweg, der die ganze Region verändert hat. Danach haben wir gesagt, wenn wir die Frauen erreichen wollen, brauchen wir ein Radio. Dann können uns die Frauen, Männer und Kinder hören. Es schien zuerst wie eine sehr verrückte Idee, aber im Laufe der Jahre sind wir unglaublich gut angenommen worden. Wir dachten zuerst, das Radio würde nicht akzeptiert werden, weil es ein feministisches Profil hatte. Es existierten in ganz Nicaragua nur zwei feministische Radios.

Die Hörer_innen konnten uns damals mit ihren Anliegen noch nicht anrufen. Sie mussten zu Fuß oder mit dem Pferd herkommen. Deshalb war der Sender an den Markttagen immer voller Menschen, und vor der Radiostation standen Pferde. Das war wirklich etwas Neues und eine Sensation – obwohl wir etwas ganz anderes vermittelten als das, was man uns traditionellerweise beigebracht hatte.

Wie ist die Idee, einen eigenen Radiosender zu gründen, entstanden?

Als ein Hurrikan kam, hatten wir (vom „Haus der Frau“, Anm.) gerade ein Evaluations-treffen außerhalb des Dorfes. Niemand von uns war also im Dorf. Nach dem Hurrikan waren wir alle in Sorge um unsere Familien und unsere Häuser. Eine Brücke war eingestürzt, und drei Telefonlinien wurden zerstört. Wir wussten nichts von unserem Dorf, nichts! Aber da unser Dorf den Krieg erlebt hatte, gab es dort Leute, die Funkgeräte hatten – wie man sie auf Schiffen oder im Krieg benutzt. Und mit denen informierten sie uns über die Lage: dass es ihnen gut gehe und das ganze Dorf voller Wasser sei.

Als wir zurückfuhren, waren wir überzeugt davon, dass wir ein Radio brauchten. Wir überlegten auf dem Rückweg gemeinsam, wie wir das anstellen könnten. Einige Zeit später kamen Freunde aus Deutschland ins Dorf, denen wir von der Idee erzählten. Und sie haben uns unterstützt. Also haben wir begonnen zu recherchieren. Paiwa liegt auf einem Hügel, aber das Land rundherum ist flach. Wir mussten herausfinden, ob die Geografie besser für eine AM- oder eine FM-Frequenz geeignet war. Wir organisierten Geräte, die waren aus den 50er-Jahren!

Die ersten Tage waren ein Chaos. Wir hatten zwar einen Techniker, aber der kannte sich mit diesen alten Geräten auch nicht besonders gut aus. Der AM-Transmitter war riesengroß. Inzwischen verwenden wir ihn nicht mehr. Aber es war wirklich interessant zu sehen, wie viel uns die Arbeit beim Radio gelehrt und wie sehr sie uns zusammenge-schweißt hat. Ein Radio verändert die Gesellschaft und eröffnet Alternativen.

Sie haben also nicht die Frequenzen von einem anderen Sender benutzt, sondern Ihre eigene bekommen?

Als wir die Apparate kauften, hatten wir überhaupt nicht an die Frequenz gedacht. Aber da hat es einen Mann gegeben, der hat ein Radio mit Frequenz verkauft. Es war die Frequenz von einem Radio, das in der Stadt keinen Erfolg hatte. Meine Freundin hat uns überzeugt, das Radio mit der Frequenz zu kaufen.

Aber bis heute ist die Frequenz nicht offiziell anerkannt worden. Wir machen seit 17 Jahren Radio, wir haben alle Anforderungen erfüllt, die das Gesetz verlangt, aber trotzdem haben wir immer noch keine offizielle Sendelizenz. Wir senden im Prinzip illegal. Die Regierung will nicht, dass wir existieren, deswegen sage ich: Nicaragua ist keine Demokratie.

Wie war die erste Sendung?

Die haben wir im Zimmer einer Freundin aufgenommen. Wir verwendeten Soundequi-pment, das normalerweise bei Partys verwendet wird. Wir haben sie auf Kassette aufge-nommen und von einem Radio aus in einer anderen Stadt gesendet. Die erste Sendung hat „Entre nosotras“ – „Unter uns Frauen“ – geheißen.

Später haben wir Gruppen gegründet, um zu überlegen, welche Sendungen wir brin-gen könnten. Ich habe mich davor viel mit Theater und Kunst beschäftigt und immer wieder den Charakter der Bruja verwendet. Sie kam immer sehr gut an, deswegen habe ich beschlossen, auch im Radio als La Bruja on air zu gehen.

Wir hörten uns aufmerksam die Sendungen von anderen Radiostationen an und haben bemerkt, dass Frauenrechte mit Zynismus behandelt wurden. Wir sind Kritikerinnen die-ses Sender geworden und haben gesagt, wir müssen das anders machen. So ist La Bruja entstanden.

Wer ist La Bruja?

La Bruja, die Hexe, ist eine 90-jährige Dame. Sie hat eine magische Kristallkugel, in der sie die Männer, die ihre Frauen misshandeln, sieht. Sie nennt diese Männer beim Namen und klagt sie öffentlich an. In Wirklichkeit schreiben uns natürlich die Frauen Briefe und erzählen uns von ihren Männern, aber wir müssen ihre Anonymität bewahren, um sie nicht in Gefahr zu bringen. Wenn wir einen Hinweis bekommen, recherchieren wir ihn genau nach. Es gibt zur Zeit ein Gesetz zur Sanktionierung von häuslicher Gewalt, das besagt, dass jeder familiäre Gewalt anzeigen kann, nicht nur die Betroffenen. Das hat uns viele Türen geöffnet.

La Bruja hat auch selbst Musik aufgelegt und die Lieder der Mainstream-Medien kritisiert. Die sogenannten Rancheras sind äußerst machistisch. Da gab es ein populäres Lied mit einem Videoclip, in dem ein Mann auf dem Pferd durch das Feld reitet und singt: „Hier habe ich das Sagen ...“ Er präsentiert sich als Zentrum, als König. Wir haben dieses Lied auf unserem Sender gesperrt, niemand durfte es on air spielen. Wir können nicht die Welt verändern wollen und zugleich den Leuten diese Schweinereien vorspielen.

Hat La Bruja auch Drohungen erhalten?

Selbstverständlich. Meine Kinder hatten Angst, das habe ich erst sehr spät bemerkt. Aber in dem Moment, in dem du handelst, verschwendest du keine Zeit damit, über die Angst nachzudenken. Einmal hat ein Polizist seine Frau misshandelt, direkt in der Polizeistation. Das war zu Weihnachten, wir sind gerade vorbeigegangen und haben die Schreie gehört. Wir haben die Tür aufgetreten und sind auf den Mann losgegangen. Und stellen Sie sich vor, der Typ kommt raus, packt mich und schießt auf mich. Mit einer Waffe aus dem Krieg. Ich war so aufgebracht und habe ihn weggestoßen. Ich habe ja auch den Krieg erlebt und habe Erfahrung mit Waffen, deswegen hatte ich in diesem Moment keine Angst. Meine kleinen Kinder und meine Schwester waren dabei, und ich habe die ganze Zeit geredet, weil ich so wütend war. Als wir dann weitergegangen sind, sind meine Kinder gelaufen und haben geweint. Es war wirklich furchtbar.

Das Radio spielte bei diesen Fällen eine große Rolle, nicht die Behörden. Gleich am nächsten Tag haben wir den Polizisten in unserer Sendung beim Namen genannt und berichtet, dass er mich und seine Frau angegriffen hatte. Ein paar Tage später bin ich zur Polizei gegangen und wollte ihn anzeigen – und habe erfahren, dass er mich angezeigt hatte! Wegen Widerstand gegen die Staatsgewalt, Erregung öffentlichen Ärgernisses und wegen Trunkenheit. Er hatte „Beweise“: eine zerbrochene Flasche Bier. Es war alles eine Lüge! Ich war wirklich verzweifelt. Eigentlich sollte einen die Polizei beschützen, und was macht dieser Polizist? Er misshandelt seine Frau und schießt auf mich neben meinen kleinen Kindern. Das Risiko, dass eine Kugel sie trifft, war außerordentlich hoch. Er verursachte ein Trauma in der Seele meiner Kinder und meiner Schwester und sogar beim Hund, der nach diesem Vorfall durchgedreht ist.

Also haben wir einfach eine Kurznachricht aufgenommen: „Der Polizist namens Sowieso ist äußerst gefährlich.“ Den Spot haben wir jeden Tag auf und ab gespielt, es war eine Anordnung an alle Sendungen, dass sie ihn bringen müssten.

Der Mann hat es nicht mehr ausgehalten und ist in ein anderes Dorf gezogen. Das Radio hat in diesem Fall seine Aufgabe erfüllt – alle haben schlecht über ihn geredet, aber die Behörden haben nichts unternommen, nichts. Wenn der Gewalttäter einer von ihnen ist, schützen sie ihn. Ein Radio für die Verteidigung der Menschenrechte zu haben ist

also fundamental. Wir finden, es sollte viel mehr Frauenradios geben. Die kommerziellen Radios kümmern sich nicht um solche Themen, sie propagieren keinen sozialen Wandel, sondern den Konsumismus.

Wurden Ihnen von der Politik auch Steine in den Weg gelegt?

Unser Präsident, Daniel Ortega, hat seine Stieftochter sexuell missbraucht – das ist international bekannt. Wir wollten klarstellen, dass wir zwar aus einem revolutionären Kontext kommen, aber Ortega nicht unterstützen. Also starteten wir eine Anti-Daniel-Kampagne. Als er ins Dorf kam, hängten wir ein Plakat auf, auf dem stand: „Aus Respekt vor Sandino keine Vergewaltiger und Mittäter an die Macht“. Paiwa hat ja nur eine Straße, also muss jeder, der das Dorf betritt, am „Haus der Frau“ vorbei. An die hundert aufgebraute Männer und Frauen haben unsere Plakate von der Wand gerissen. Sie wollten in das Haus eindringen. Wir haben uns verteidigt. Als Daniel kam, riefen ihm alle Leute zu, sie skandierten: „Daniel, Daniel!“ Wir aber hatten Megafone und Lautsprecher und haben sie alle übertönt. Wir riefen: „Vergewaltiger, Vergewaltiger!“. Das hat einen landesweiten Effekt gehabt. Wir bekamen unglaublich viel Unterstützung. Die Tatsache, dass wir als Frauen angegriffen wurden und uns trotzdem gegen die Mächtigen des Landes stellten, beeindruckte die Menschen.

Am nächsten Tag mussten wir zur Polizei gehen und den Hausfriedensbruch anzeigen. Wir haben uns fast in die Hosen gemacht vor Angst, als wir die Straßen entlanggingen. Vor Gericht hat uns dann niemand unterstützt. Es haben zwar landesweit alle Medien über uns berichtet, aber dann hat niemand etwas gesagt. Deswegen sagen wir, dass Daniel Ortega wirklich gefährlich ist.

Was ist Ihre Botschaft an das Publikum?

Ich glaube, die westliche Welt sollte mehr zur Entwicklung von Medien wie Radio in den Entwicklungsländern beitragen. Das Radio eröffnet viele Türen und Möglichkeiten. Man kann Information bekommen, muss dafür aber nicht alles liegen und stehen lassen. Die Frauen, die Radio machen, sehen die Welt mit anderen Augen. Alle Worte und Träume, die man für das Radio formuliert, sind der Beginn einer Veränderung.

Crossmedialer Widerstand

Land:	KOLUMBIEN	
Pressefreiheit 2013:	weltweit	Rang 129
Good Practice-Beispiel:	OFP (Organización Femenina Popular)	
Strategie:	Crossmedialität und Vernetzung	
Interviewpartnerinnen:	Yolanda Becerra (Direktorin) Sandra Gutierrez (Aktivistin)	

Der bewaffnete Konflikt in Kolumbien

Die Ermordung des liberalen Präsidentschaftskandidaten Jorge Eliecer Gaitan löst 1948 in der kolumbianischen Hauptstadt Bogotá einen Volksaufstand aus, der in einen Krieg zwischen Liberalen und Konservativen, der sogenannten *Violencia*, mündete. Dies markiert heute offiziell den Beginn des bewaffneten Konflikts, der seit den 60er-Jahren etwa 200.000 Menschenleben gefordert haben dürfte. In dem Konflikt stehen sich der kolumbianische Staat und illegale paramilitärische Gruppierungen (AUC) auf der einen Seite sowie die linksgerichteten Guerillagruppen FARC-EP und ELN auf der anderen Seite gegenüber. Im Oktober 2012 wurden erstmals nach einem Jahrzehnt wieder die Friedensgespräche zwischen der Regierung und den FARC aufgenommen. Laut AI besteht allerdings die Befürchtung, dass ohne einer verbindliche Zusage von beiden Seiten, Menschenrechtsverletzungen zu unterlassen und faire Justizprozesse zu ermöglichen, ein stabiler Friede unwahrscheinlich ist.

Längst geht es in dem blutigen und komplexen Bürgerkrieg nicht mehr um politische Ideale – es geht um wirtschaftliche Interessen und vor allem um den Kampf um Land. Die Region Magdalena Medio im Nordosten des Landes, wo die OFP ihren Hauptsitz hat, ist eine der großen Krisenzonen Kolumbiens. Durch seine Bodenschätze wie Erdöl, Kohle, Gold und Uran sowie fruchtbare Ackerflächen ist das Land von mehreren Seiten heiß begehrt: Bergbauunternehmen und agroindustrielle Großkonzerne wollen ihren wirtschaftlichen Interessen in der rohstoffreichen Region nachkommen; und auch die Akteur_innen des bewaffneten Konflikts stationieren sich in der geostrategisch bedeutsamen Region. Die Rechte der ansässigen Kleinbäuer_innen sowie der indigenen Bevölkerung werden oft rücksichtslos übergangen.

Sowohl von Seiten der Paramilitärs als auch von Seiten der Guerilla werden Anschläge auf die Zivilbevölkerung und schwerste Menschenrechtsverletzungen verübt. Tausende Menschen wurden bereits getötet, Tausende fielen den Entführungen und dem „Verschwindenlassen“ durch die Sicherheitskräfte oder Paramilitärs zum Opfer. Der Konflikt ist außerdem von sexueller Gewalt gegen Kinder und Frauen und der Rekrutierung von Kindersoldat_innen geprägt. Die als zur weltweit größten zählende interne Flüchtlingswelle – zwischen drei und vier Millionen Kolumbianer_innen mussten ihr Zuhause auf der Flucht vor der Gewalt verlassen – zeugt von der Missachtung der Menschenrechte und des humanitären Völkerrechts, die alle Konfliktparteien an den Tag legen.

Aktueller politischer Kontext

In Kolumbien werden tagtäglich schwerste Verbrechen gegen Menschenrechte dokumentiert. Die Regierung unter Präsident Juan Manuel Santos bekennt sich zwar zu einer Zusage, die Menschenrechte einzuhalten. Laut AI lassen sich dennoch nur wenige Verbesserungen feststellen. Zivilpersonen – vor allem Angehörige der indigenen Bevölkerung, Afro-Kolumbianer_innen, Angehörige von Kleinbauerngemeinschaften sowie Menschenrechtsverteidiger_innen, Gemeindesprecher_innen und Gewerkschafter_innen – sind die Hauptleidtragenden der durch den lang andauernden internen bewaffneten Konflikt entstandenen Menschenrechtssituation. Aber auch Rechtsanwält_innen, Richter_innen und Journalist_innen sind durch ihre Arbeit einer täglichen Bedrohung ausgesetzt.

Im Jahr 2011 wurde ein Gesetz über Entschädigungen für Opfer und Landrückgabe unterzeichnet, was als ein Schritt in Richtung Anerkennung der Rechte zahlreicher Opfer des Konflikts zu werten ist. Außerdem verpflichtete sich die Regierung, die Straflosigkeit bei Menschenrechtsverstößen zu beenden. In öffentlich wirksamen Fällen gab es im vergangenen Jahr tatsächlich Fortschritte. In den meisten Fällen wurden die Verantwortlichen für Menschenrechtsverstöße jedoch weiterhin nicht zur Rechenschaft gezogen. Vor allem andern ging es dabei um Sexualstraftaten gegen Frauen und Kinder. Im August 2013 streikten landesweit die Arbeiter_innen des Agrar-, Minen- und Transportsektors aufgrund der Existenzbedrohung durch Freihandelsverträge mit den USA und der EU. Später schlossen sich zahlreiche zivilgesellschaftliche Organisationen den Protesten an. Im Zuge der größten Demonstrationswelle seit 20 Jahren kam es zu zahlreichen Menschenrechtsverletzungen und Angriffen auf Journalist_innen durch Polizei und Militär.

Medien

Kolumbien gilt weltweit als eines der gefährlichsten Länder für Journalist_innen. ROG listet im Jahr 2012 die kolumbianische ultrarechte Paramilitärgruppe *Aguilas Negras* als „Feinde der Pressefreiheit“ auf. Offiziell existieren die Paramilitärs nach einem Entwaffnungsprogramm zwar nicht mehr, tatsächlich operieren zwischen 5.000 und 8.000 Mitglieder unter unterschiedlichen Namen weiter. Innerhalb des als von ROG bezeichneten „Terrorregimes“ der Paramilitärs werden Journalist_innen ermordet, zur Selbstzensur oder zum Verlassen des Landes gezwungen. Opfer sind vor allem Autor_innen, die kritisch über das politische System berichten, sowie Lokal- und Community-Journalist_innen. 2010 bezeichnete die Organisation auch die FARC als „Feinde der Pressefreiheit“. Im weltweiten Bericht über die Pressefreiheit 2013 rangiert Kolumbien auf Platz 129 und hat sich damit seit dem letzten Bericht um 14 Plätze verbessert. Die Verbesserung dürfte auf die Friedensverhandlungen und die damit verbundene erhöhte internationale Aufmerksamkeit zurückzuführen sein.

Die Internetseite „UNESCO Condemns Killing of Journalists“, die ermordeten Journalist_innen gewidmet ist, listet im Jahr 2013 vier und im Jahr 2012 zwei Journalisten aus Kolumbien auf, die in Ausübung ihrer Arbeit getötet wurden.

In Kolumbien gibt es drei öffentliche landesweite Fernsehsender, die in den vergangenen fünf Jahren stärker geworden sind. Die populärsten Fernsehstationen sind aber nach wie vor die zwei großen Privatsender – *Caracol* und *RCN* –, denen man eine starke Verbindung zur Regierung nachsagt. Ihnen wird häufig vorgeworfen, nicht objektiv zu berichten und Demonstrationen und soziale Bewegungen zu ignorieren.

Kolumbien war eines der ersten Länder in Lateinamerika, in denen ein Radiosender on air ging. Heute gibt es Hunderte registrierte Radios, drei davon senden landesweit: *Caracol* und *RCN* sowie der öffentliche Radiosender *Señal Colombia*. Dazu kommen zahlreiche Universitäts- und Schulradios sowie Community-Sender.

Menschenrechtssituation für Frauen

Mitarbeiterinnen von Frauenrechtsorganisationen sind immer wieder Bedrohungen und Vergewaltigungen, meist durch Paramilitärs oder Guerilleros, ausgesetzt. Auch Lesben, Schwule und Transgender-Personen sind von Anfeindungen und Morddrohungen betroffen. 2011 wurde ein Mitglied einer Transgender-Stiftung in Pasto im Süden des Landes ermordet. Die Tat geschah kurz nachdem von Paramilitärs Flugblätter, die zur „sozialen Säuberung“ aufriefen, unter die Menschen gebracht worden waren.

Vergewaltigung, Missbrauch und systematische sexuelle Gewalt als Kriegswerkzeug im Kontext des bewaffneten Konflikts stellen ein zentrales Problem in Kolumbien dar. Frauen werden als „Kriegsbeute“ gehandelt. Dadurch soll die Zivilbevölkerung eingeschüchtert werden. Laut einem Bericht von Amnesty International gehören die Täter allen Konfliktparteien an und kommen meist – mit wenigen Ausnahmen – straffrei davon. Die Straflosigkeit ist bei derartigen Verbrechen weitaus höher als bei anderen Arten von Menschenrechtsverstößen.

Der Kongress hat 2012 ein Gesetz ratifiziert, das Opfern von sexueller Gewalt, besonders im Kontext des bewaffneten Konflikts, Gerechtigkeit garantieren soll. Dadurch sollen unter anderem erzwungene Nacktheit sowie Schwangerschaftsabbruch oder Schwangerschaft unter Zwang zu strafbaren Handlungen werden. Das Gesetz war zum Zeitpunkt der Recherche noch nicht in Kraft getreten.

OFP – Organización Femenina Popular

Strategien:

- **Crossmedialität – Fernsehen, Radio, Internet und Print – erreicht ein breites Publikum.**
- **Internationale Vernetzung schafft Sicherheit.**
- **Selbstermächtigung durch das Aneignen von Wissen und Können.**

Die OFP gehört zu den größten und bedeutendsten Frauenorganisationen in Kolumbien. Sie wurde 1972 in Barrancabermeja in der konfliktgebeutelten Region Magdalena Medio gegründet. Dort hat die OFP immer noch ihren Hauptsitz. Die Initiative ging von der katholischen Kirche aus, um Frauen im Kampf gegen häusliche Gewalt und soziale Ungerechtigkeit bei der Selbstorganisation zu unterstützen. Die OFP entstand am Höhepunkt der Befreiungstheologie und der sozialen Bewegungen in Kolumbien. Seit 1998 organisiert sich die OFP autonom und unabhängig von der Kirche.

Im Jahr 1996 spitzte sich der Konflikt in der Region Magdalena Medio zu. Die OFP deklarierte sich damals als Menschenrechtsorganisation und initiierte die „Soziale Frauenbewegung gegen Krieg und für den Frieden“.

Seit 2000 agiert die *Organización Femenina Popular* auf landesweiter Ebene und hat infolgedessen Büros in der Hauptstadt Bogotá und in Neiva eröffnet.

Die OFP definiert sich über folgende Prinzipien: Widerstand, Zivilgesellschaft und Autonomie.

Zivilgesellschaft

gilt für die OFP als politischer Status, der Lebensentwürfe zulässt, die von demokratischen Modellen inspiriert sind und nicht von diktatorischen oder militärischen.

Autonomie

ist das ethische Fundament der Organisation und spiegelt sich in ihrem Wirken wider. Die Organisation widersetzt sich jeglichem Druck vonseiten der Regierung oder bewaffneten legalen oder illegalen Akteur_innen und lehnt jede Form von Machtausübung ab.

Aktiver gewaltloser Widerstand

ist der wichtigste Mechanismus der Organisation, der die Rechte verteidigen soll, die den Mitgliedern aufgrund von Klasse und Geschlecht nicht zuerkannt worden sind. Die Frauen der OFP stehen für das Leben und lehnen jede Form von geschlechts- oder klassenspezifischer Gewalt ab.

Die OFP stellt sich gegen jede Form der Militarisierung des zivilen Lebens durch Akteur_innen des bewaffneten Konflikts, gegen Vertreibungen und *Land Grabbing*, gegen Verstöße gegen Frauenrechte und Verweigerung ihrer Rechte auf Partizipation, gegen Waffengewalt, gegen die Behandlung von Frauen als Kriegswerkzeuge sowie gegen jede Form der Diskriminierung und Misshandlung.

Die Arbeitsbereiche der OFP sind Ernährungssouveränität, die soziale Frauenbewegung gegen Krieg und für den Frieden, Opferrechte, Gesundheit, Bildung, Rechtsbeistand, Produktion von Kunsthandwerk, Nahrungsmittel und Kampagnen.

Die OFP und Medien

Die OFP setzt strategisch Medien ein, um öffentlich anzuklagen und ihre Botschaften zu verbreiten. Bis 2006 hatte die Organisation ein Fernseh- und Radioprogramm und eine Zeitschrift. Fernseh- und Radiosendung liefen beide unter dem Namen *La Mohana* und erreichten die gesamte Region des Magdalena Medio. Finanziert wurde das Medienprojekt drei Jahre lang von der EU im Rahmen des *Laboratorio de Paz* (Friedenslabor). Als die Finanzierung auslief, mussten beide Programme eingestellt werden. In den Sendungen berichteten Frauen aus der Region ihre eigenen Geschichten. In informativen Beiträgen wurde gegen die besorgniserregende Lage der Organisation und generell in der Region Magdalena Medio Anklage erhoben.

Die Zeitschrift mit demselben Namen *La Mohana* erschien zuerst dreimal jährlich und dann einmal im Jahr. Schließlich musste sie aufgrund mangelnder Finanzierung ganz eingestellt werden. Sie berichtete über die Aktivitäten der Organisation.

Heute informiert die OFP über ihre Errungenschaften und Aktivitäten über einen Onlineblog. Dort sind nicht nur Texte, sondern auch Videos zu finden. Der Blog wird in der Farbe violett gehalten – der Farbe gegen Gewalt an Frauen, die von Frauenorganisationen in aller Welt verwendet wird. In einem eigenen Link wird die Bedeutung und Verwendung unterschiedlichster Symbole und Farben erklärt, die für die Bewegung von ausschlaggebender Bedeutung sind.

„Solidarität globalisieren“

Interview mit Yolanda Becerra (Direktorin) und Sandra Gutierrez (Aktivistin)

Welche Position haben Community-Medien in Kolumbien?

Yolanda Becerra: Die Medien an sich spielen eine wichtige Rolle. Der kolumbianische Staat und die Regierung sind sich darüber im Klaren und machen sie sich zunutze. Wir glauben, dass die alternativen Medien sehr wichtig sind. Leider benötigt man viele Ressourcen, um alternative Medien aufrechtzuerhalten, besonders auf landesweitem Level. Und die haben wir aber nur auf regionaler Ebene. Man muss sehr viel Arbeit reinstecken, weil es das Einzige ist, das uns bleibt, um die Menschen zu erreichen und um eine andere, authentische Botschaft zu verbreiten. Das ist das, woran wir bis jetzt gearbeitet haben. Auf jeden Fall sind den alternativen Medien viele Grenzen gesetzt, sie sind Opfer von Verfolgung und werden so massiv in die Schranken gewiesen, dass sie teilweise ihre Arbeit nicht machen können.

Wie wurde Ihr Radioprogramm angenommen?

Yolanda Becerra: Es war ein Magazin mit mehreren Komponenten. Es wurden Verbrechen angeprangert, und es gab Diskussionen über aktuelle Themen der Region. Die Frauen selber haben die Sendungen gestaltet – fünf Minuten jeden Tag. Mit der Zeit hatten wir eine große Hörer_innenschaft, vor allem die Frauen vom Land waren begeistert. Wenn wir an einem Tag einmal nichts gesendet haben, haben sie uns angerufen und sich beschwert. Es gab auch Kurzgeschichten über Frauen, mit denen sich die Hörerinnen identifizierten. Dadurch hatten wir direkten Kontakt mit den Frauen und konnten zum Thema Frauenrechte Bewusstsein schaffen.

Das Fernseh- und Radioprogramm hieß „La Mohana“. Was bedeutet das?

Yolanda Becerra: La Mohana ist der weibliche Geist des Wassers. In unserer Gegend gibt es eine Legende von einer Frau, die aus dem Wasser auftaucht und die Männer erobert. Wir haben lange über den Namen diskutiert. Irgendwie haben wir uns mit dieser Figur identifiziert, weil auch wir über die Medien viele Männer und Frauen erobern wollten. Ziel war es, Bewusstsein für die Realität und für Menschenrechte zu schaffen. Die Vorstellung von dieser mythologischen Figur hat uns gefallen – von einer nackten Frau, die aus dem Wasser kommt. Allein der Namen hat die Leute gefesselt.

Haben Sie die Sendungen selbst gestaltet?

Yolanda Becerra: Ja. Wir hatten ein journalistisches Team, das uns beraten und die gesamte Technik gemacht hat. Aber das Programm direkt machten wir selbst. Die Fernsehsendung zum Beispiel zeichneten wir am Freitag auf, und wir brauchten die ganze Nacht dafür, weil wir immer viel wiederholen mussten. Wir hatten noch nicht diese Praxis, die Erfahrung. Das gesamte Direktorinnenteam der OFP arbeitete mit der Unterstützung der Journalistinnen. Es war eine sehr schöne Erfahrung. Wir haben gelernt, Journalismus zu machen. Am Ende haben wir auch nicht mehr so lange für eine Sendung gebraucht, weil wir schon mehr Erfahrung hatten.

Wegen fehlender Finanzierung mussten Sie im Jahr 2006 das Fernseh- und Radio-programm einstellen. Was machen Sie jetzt, um Ihre Botschaft zu verbreiten?

Yolanda Becerra: Jetzt machen wir größtenteils Menschenrechtsbeobachtung. Über die Beobachtungsstelle veröffentlichen wir unsere Berichte. Damit versuchen wir jetzt einen neuen Weg zu finden, um an die Leute heranzukommen. Es war nicht leicht, wieder neu anzufangen. Natürlich war das Fernsehen optimal, weil es eines der Medien ist, mit denen man am einfachsten die Menschen erreicht. Aber gut, jetzt versuchen wir eben über die Menschenrechtsbeobachtung neue Mechanismen zu schaffen.

Welche Rolle spielt das Internet?

Sandra Gutierrez: Die, die den meisten Zugang zum Internet haben, sind die Student_innen. Aber der Großteil der Frauen hat kaum Zugang dazu. Wir als Organisation verwenden es, um unsere Berichte zu verbreiten, wenn eine Frau in einer schwierigen Situation ist. Und wir haben soziale Netzwerke, wo wir alle Informationen über die Situation in der Region, in Kolumbien, veröffentlichen. Es ist also auch eine Form, um darüber zu informieren, was wir alles machen und über alles, was in der Region vor sich geht.

Yolanda Becerra: Ich glaube, dass wir als Basisorganisationen die modernen Technologien immer noch viel zu wenig nützen – und wir Frauen noch viel weniger. Wir müssen uns die Technologien aneignen und uns mehr auf dieses Feld einlassen, um an noch mehr Menschen heranzukommen. Wir machen sehr viel, aber wir schreiben und verbreiten das zu wenig. Und ich glaube, das ist eine Einschränkung, die alle sozialen Basisorganisationen betrifft. Wir machen Sachen, aber vergessen, darüber zu informieren. So haben wir zum Beispiel Homepages, die nicht aktualisiert sind. Wir schreiben einfach nicht genug.

Warum haben Sie so große Schwierigkeiten, Fördergelder zu bekommen?

Yolanda Becerra: Die Kooperation mit den Fördergeber_innen hat ihre Grenzen, weil sie oft nicht wollen, dass wir gewisse Informationen verbreiten. Deswegen werden Medienprojekte selten finanziert. Wir hatten eine sehr starke und große Struktur im Bereich der Kommunikation, die wir mit der Zeit immer weiter einschränken mussten. In diesem Prozess sind wir immer noch auf der Suche nach Möglichkeiten, wie wir diese entstandene Lücke füllen können. Wie wir also, nachdem wir diese Medien nicht mehr haben, Kommunikation betreiben.

Sie stehen mit Ihrer Arbeit sehr in der Öffentlichkeit. Wie sehr beeinflusst der bewaffnete Konflikt die Aktivitäten der OFP?

Yolanda Becerra: Die Medien sind ein zweischneidiges Schwert. Genauso wie sie helfen können, ein politisches Projekt aufzubauen und Alternativen voranzutreiben, können sie auch daran beteiligt sein, diese Alternativen zu zerstören. Deswegen war es in unserer Medienarbeit immer eine Strategie, eine gute Beziehung zu den Medien und den Journalist_innen zu haben. Mit Journalist_innen musst du befreundet sein. Nichtsdestotrotz haben wir auch schon Anfeindungen und Verfolgungen von Medien erlebt. Denn Medien gehorchen auch immer bestimmten Ideologien, bestimmten politischen Dynamiken.

Gibt es in Kolumbien im Friedensprozess auf Ebene der Basis einen Fortschritt?

Yolanda Becerra: Wir glauben, dass sich die Situation in Kolumbien nicht verändert hat. Die Formen haben sich verändert. Für uns geht der Kampf der Paramilitärs weiter. Die

Demobilisierung war wirklich nur eine Farce. Sie war eine Verhandlung zwischen denselben Fronten, denn die Paramilitärs sind eine Strategie der Regierung. Die Art und Weise des bewaffneten Konflikts hat sich verändert; die Art zu handeln, die Art zu operieren. Die Risiken bestehen weiterhin.

Vor zwei Tagen zum Beispiel sind zwei Leute in die Wohnung unserer Kollegin gekommen, ein Mann und eine Frau, beide verumumt. Sie haben sie geknebelt und bedroht, haben ihre Wände vollgeschmiert, haben ihren Computer und ihre ganzen Daten gestohlen – all das sind Zeichen, dass die Situation immer noch sehr schwierig und gefährlich ist. Und es ist weiterhin schwierig, jemanden anzuklagen, denn viele internationale Freunde von uns, viele Organisationen glauben, dass sich die Lage verbessert hat. Es gefällt ihnen nicht besonders, wenn wir immer noch die Menschenrechtsverletzungen anprangern. Dann sagen sie: „Das stimmt nicht, die Lage hat sich verändert und verbessert, schaut mal, es geht schon wieder.“ Wir versuchen dann, das zu respektieren – aber wir, die es erleben, wir wissen, dass sich nicht viel verändert hat. Und dass es deswegen auch immer gefährlicher wird.

Es wird jeden Tag schwieriger, Anklage zu erheben, denn erstens ist das Interesse in Kolumbien nicht da. Und zweitens, wie soll man davon reden, wenn in Kolumbien ja angeblich bereits Frieden herrscht, sich die Dinge angeblich bereits verändert haben, wenn es in Kolumbien angeblich keine Paramilitärs mehr gibt – wie soll man da jemanden davon überzeugen, dass die Lage weiterhin schwierig ist? Es ist also eine sehr schwierige Situation für Basis- und Menschenrechtsorganisationen.

Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach der Faktor Geschlecht im Friedensprozess?

Yolanda Becerra: Der Friede braucht die Partizipation der Frauen. Wir haben sehr unter dem Krieg gelitten. Wir Frauen haben den bewaffneten Konflikt aber nicht definiert. Trotzdem haben wir viel dadurch verloren, denn gerade im Krieg wird das Leben ausgelöscht. Wir Frauen geben das Leben, wir erschaffen es in allen Situationen. Wir wurden verfolgt und ermordet durch die machistische Logik des Krieges.

Die Aggression gegen Frauen ist sehr groß und sehr spezifisch. Wir mussten zum Beispiel Ermordungen von Frauen mit ansehen, die erst vergewaltigt wurden und denen danach Pfähle in ihre Vagina gerammt wurden. Den schwangeren Frauen wurden die Bäuche aufgeschnitten und die Babys herausgerissen. Eine Frau wollte keine Beziehung mit einem Paramilitär und wurde deswegen verfolgt, gefoltert und hingerichtet. Auch junge Frauen sind immer wieder von den Paramilitärs angegriffen worden, weil sie hübsch waren und nicht auf die Eroberungsversuche der Männer eingegangen sind; viele Frauen sind gezwungen worden, als Prostituierte zu arbeiten. All diese Dinge zeigen, dass ein Krieg mit dieser patriarchalen Logik den Frauen sehr, sehr arge Dinge antun kann.

Aber auch im Bezug auf den Frieden ist es ein harter Kampf, weil die Verhältnisse männerdominiert sind. Wir müssen doppelt so intelligent sein wie die Männer, doppelt so einsatzbereit, doppelt so fleißig, um die Verhältnisse für uns umzuwenden und eine Rolle einnehmen zu können. Manchmal merken wir, dass wir im Widerstand immer wichtiger werden. Die Männer sind oft sehr feige, sie handeln innerhalb anderer Strukturen und sind in der Logik des Krieges und des Patriarchats verhaftet. Dadurch haben sie weniger Spielraum und weniger Möglichkeiten zu handeln, zu agieren und sich zu widersetzen als wir. Aber wenn sich die Strukturen verändern, eröffnen sich auch neue

Möglichkeiten für die Männer. Sie drängen die Frauen wieder zurück und negieren ihre Rolle. Das heißt, es ist wirklich ein konstanter Kampf, den wir führen müssen, um Frieden zu schaffen.

Was ist Ihnen im Moment ein besonderes Anliegen?

Yolanda Becerra: Ich glaube, es ist sehr wichtig, den Wert der Solidarität hochzuhalten – über die Grenzen hinweg. Der Markt wird jeden Tag stärker globalisiert, der Krieg wird globalisiert, die wirtschaftlichen Interessen der Reichen. Ich glaube aber, wir müssen die Solidarität globalisieren. Das heißt, wie wir uns jeden Tag stärker diesem Element der Solidarität zwischen Frauen aller Länder verschreiben können, um die Realität der Frauen verändern zu können. Das ist in allen Ländern schwierig und hart, aber in Kolumbien tobt zusätzlich der bewaffnete Konflikt – es ist leider eines der wenigen lateinamerikanischen Länder, in denen es noch einen bewaffneten Konflikt gibt. Da ist es dann viel schwieriger. Die Realität der Frauen ist viel härter.

Wir kämpfen jeden Tag darum, den Kindern was zu essen zu geben, wir kämpfen jeden Tag darum, dass die Kinder atmen können, wir kämpfen jeden Tag darum, sie beschützen zu können und ihnen das Leben zu ermöglichen. Es ist ein Kampf, der 24 Stunden am Tag in Anspruch nimmt – zu beschützen, versuchen zu überleben, aber auch zu versuchen, die Realität in unserem Land zu verändern. Das ist nicht leicht. Deswegen glaube ich, ist es sehr wichtig, die Solidarität unter uns Frauen zu globalisieren.

Zusammenfassung

Die vorgestellten Strategien zeigen auf, wie vielfältig die Möglichkeiten sind, mit denen sich Frauen in den jeweiligen politischen und gesellschaftlichen Kontexten Gehör für ihre Anliegen schaffen. Sie haben eines gemeinsam – sie nutzen die ungeheure Kraft der Medien als Multiplikatoren und Verstärker ihrer Stimmen und Forderungen.

Während Organisationen wie *Sister Namibia* und *Palabra de Mujer* auf lokaler Ebene wirken und in direkter Zusammenarbeit mit der Bevölkerung in den Dörfern Veränderungen herbeiführen, haben sich Initiativen wie *Gender Links* und *TAMWA* international vernetzt. Sie nutzen dadurch die immense Menge an Wissen und Fähigkeiten und tauschen diese untereinander aus. Dadurch werden Frauen auf transnationaler Ebene gestärkt.

Die *OFP* wiederum arbeitet an der Basis und auf regionaler Ebene mit allen zur Verfügung stehenden Kommunikationsmitteln, lässt sich aber von der internationalen Gemeinschaft unterstützen. So kann die konstant vom bewaffneten Konflikt bedrohte Organisation sicherer arbeiten.

Das Radiodrama schließlich ist ein Tool, das unabhängig von Ort und Zeit eingesetzt werden kann. Es ist ein Werkzeug, das zwei große Kräfte, die alle Frauen in sich tragen, beflügelt und für Veränderungsprozesse einsetzbar macht: Fantasie und Kreativität.



Conclusio

Medien sind mächtige Instrumente, die unterschiedliche Realitäten darstellen und zur Wirklichkeit machen. Sie können patriarchale Machtstrukturen aufrechterhalten und die Diskriminierung von benachteiligten Bevölkerungsgruppen – allen voran Frauen, Mädchen und Transgender-Personen – weitertragen. Genauso wohnt ihnen aber auch eine lebensbejahende Kraft inne, missbräuchliche Machtstrukturen zu demontieren und die Ermächtigung von Frauen und Mädchen voranzutreiben, wie die vorangegangenen Beispiele in der Studie zeigen.

Der Zugang zu den Produktionsmitteln im Medienbereich hat eine längere Geschichte hinter sich: Bereits in den 1970er-Jahren war die Forderung nach dem freien Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien (ICTs) ein heiß diskutiertes Thema der Zivilgesellschaft, die sich gegen die Wirtschafts- und Machtinteressen in der vorherrschenden Medienlandschaft der „Information Economy“ richtete. Auf internationaler Ebene beanspruchte der industrialisierte Westen Wissen und Nutzung der Kommunikationsmittel für sich. Die Länder des globalen Südens hingegen, die sich gerade nach und nach von der Herrschaft der Kolonialmächte befreiten, fürchteten, dadurch unter eine neue Form der Dominanz zu geraten – den Kulturimperialismus.

Die zivilgesellschaftliche Gegenbewegung jener Zeit forderte daher einen gleichberechtigten Zugang zu Information, Kommunikation und Wissen für alle. Ihr Höhepunkt war der MacBride-Report „Many voices, one world“, der 1980 von der UNESCO veröffentlicht wurde. Die Kommission, die den Report verfasst hatte, forderte eine neue Weltinformationsordnung mit einer offenen, freien und ausgewogenen Kommunikation. Die westlichen Mächte waren von diesen Forderungen ziemlich brüskiert, weil die Angst vor Machtverlust und Eigenständigkeit der sogenannten Entwicklungsländer zu groß war.

Die neue Weltinformationsordnung blieb also eine nicht verwirklichte Vision. Von einem freien und gleichberechtigten Zugang zu Information und Kommunikation kann heute noch immer nicht die Rede sein – drei von hundert Afrikaner_innen haben Zugang zum Internet, während in den G8-Staaten jede/r zweite/r Bürger_in das Internet nutzt. Von diesem Digital Divide – der globalen Schieflage im Zugang zu Informationstechnologie – sind Frauen stärker betroffen als Männer. Frauen sind häufiger Opfer von Armut und Analphabetismus, ihnen wird außerdem öfter die Mitsprache in politischen Entscheidungsprozessen verwehrt.

Diese männliche Dominanz spiegelt sich auch in der Medienwelt wider: 76 % aller Menschen, von denen in den Nachrichten der Welt zu hören oder zu lesen ist, sind männlich (GMMP 2010). Der Anteil von Frauen, die als Journalistinnen und Reporterinnen arbeiten, wird zwar immer größer – in den Führungsebenen geht der Fortschritt aber wesentlich langsamer voran. Von einer Gleichberechtigung und Chancengleichheit sind wir noch immer weit entfernt, deshalb muss weiter gefordert werden.

Die Auseinandersetzung mit Medien war und ist ein zentrales Element der weltweiten Frauenbewegungen. Einen Höhepunkt stellt die 4. Weltfrauenkonferenz in Peking 1995 dar. Sie ist ein Meilenstein in der internationalen Verankerung von Frauenrechten. Zwei wichtige Ziele im Bereich Medien und Frauenrechte wurden damals formuliert: Der An-

teil von Frauen in den Führungspositionen der Medienhäuser muss erhöht werden, und die stereotype Darstellung der Frau – als sexualisiertes Objekt, Opfer und Mutter – muss abgeschafft werden.

Auch aus den globalisierungskritischen Bewegungen kommen diesbezüglich kontinuierlich Forderungen an Medien, Wirtschaft und Politik.

Die Forderungen, die von Frauenorganisationen und zivilgesellschaftlichen Bewegungen im Laufe der vergangenen vier Jahrzehnte formuliert wurden und sich an Regierungen, internationale Organisationen, Medien und NGOs richten, bleiben also weiterhin aufrecht:

- Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien für alle Menschen,
- die Anerkennung der Diskriminierung, die Frauen im IT-Sektor erfahren,
- Zugang zu und Partizipation in ICTs für Frauen,
- Involvierung von Frauen in der Entwicklung von demokratischen Informationsgesellschaften,
- Verankerung von Gender-Richtlinien in allen Medien, darunter:
 - Zugang für Frauen zu Medien als Medienschaffende,
 - Frauenvertretungen auf allen Führungsebenen des Mediums,
 - ausgewogene und klischeefreie Berichterstattung über Frauen,
 - Finanzierung und Ausbildung von Medienfrauen,
 - Berücksichtigung der speziellen Bedürfnisse von Minderheitenfrauen,
 - angepasste Technologie;
- Gewährleistung der Meinungs- und Pressefreiheit,
- Schutz für Journalistinnen und Menschenrechtsaktivistinnen,
- Unabhängigkeit des Internet und freier Zugang dazu,
- freie Berichterstattung: Unabhängigkeit von Politik und kommerziellen Interessen,
- Förderung und Stärkung von alternativen und Community-Medien,
- Förderung von kultureller und ethnischer Vielfalt.

Für die Durchsetzung dieser Forderungen spielen Community-Medien eine essenzielle Rolle. Sie können unabhängig von politischen Interessen, Quoten und wirtschaftlichem Druck Programme machen. Sie sind „the voice for the voiceless“ und bieten marginalisierten Gruppen der Gesellschaft eine Plattform – ethnischen Minderheiten, Analphabet_innen, Frauen, Transgender-Personen u. v. a. m. Sie wirken auf lokaler Ebene und können sich dadurch mit Themen beschäftigen, die für große, auf nationaler Ebene operierende Medien zu „unwichtig“, für die lokale Bevölkerung jedoch fundamental sind. Sie machen Frauen und Mädchen zu Verantwortungsträgerinnen und zu aktiven Gestalterinnen der politischen, kulturellen und sozialen Realität und tragen vielerorts effektiv dazu bei, die stereotype und diskriminierende Darstellung von Frauen in den Massenmedien und in der Werbung zu verändern.

Ausblick

Die in dieser Studie vorgestellten Formen der medialen Partizipation von Frauen sind nur einige wenige, zeigen aber die Vielfältigkeit der Strategien, die Frauen in der Medienwelt nützen. Rund um die Welt haben Frauen Möglichkeiten gefunden und erkämpft, sich mit ihren Anliegen und Visionen Gehör zu verschaffen. Fantasie und Kreativität, Vernetzung, Crossmedialität, die Bewusstseinsarbeit an der Basis und unkonventionelle Mittel wie der „Bang-Style-Journalismus“ oder die Erfindung einer Kunstfigur als Übermittlerin von Botschaften sind effektive Strategien mit jahrelangen Erfolgsgeschichten. Sie können Frauenorganisationen, die mit ihrer Medienarbeit am Anfang stehen, inspirieren und Mut machen.

Durch die ständige Weiterentwicklung der Kommunikationstechnologien, durch die immer einfacher werdenden technischen Möglichkeiten und die neuen Räume, die das Internet öffnet, werden sich die Strategien verändern und noch viele neue hinzukommen. Videos zu drehen könnte in Zukunft eine immer wichtiger werdende Form für Frauen sein, medial zu arbeiten – Smartphones ermöglichen es, Videos in HD-Qualität aufzunehmen, und mit freier Software wird die eigenständige Bearbeitung immer einfacher. Frauenorganisationen werden die Kraft der Bilder und die Macht zur Veränderung, die ihnen innewohnt, immer mehr entdecken und für sich zu nutzen beginnen.

Genauso wie die Massenmedien entwickeln sich Community-Medien daher ständig weiter. Sie sind kein statisches Konstrukt, sondern ein dynamisches Feld, das abhängig von seinem Umfeld unterschiedliche Funktionen einnimmt. Auch in Zukunft werden sie ein wichtiges Instrument zur Stärkung und Durchsetzung von Frauenrechten sein. Die Forderung nach einem Recht auf Kommunikation und gleichberechtigtem Zugang dazu bleibt aufrecht – genauso wie die Ziele, die 1995 bei der Weltfrauenkonferenz in Peking formuliert wurden.



Wissenschaftliche Literatur

- AMARC Africa. The African Community Radio Manager's Handbook. A guide to sustainable radio (Erscheinungsort und -jahr unbekannt).
- AMARC International. Women's Empowerment and Good Governance through Community Radio. Best experiences for an action research process. Montréal, 2008.
- AMARC-ALC. La radio después de la radio. Buenos Aires, 2011.
- Anderson, Benedict. Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. Verso. New York, 1991.
- Berger, Guy. Considering Community Radio in Africa, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Bonin, Marie-Hélène (Hg.). What is Community Radio? A resource guide. AMARC Africa and Panos Southern Africa. Johannesburg, 1998.
- Byerly, Kenneth R. in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Cabrera-Balleza, Mavic. Community media by and for women – a challenge to fulfill the promise. AMARC-WIN. Sydney, 2007.
- Calabrese, Andrew. The MacBride Report, in: Quaderns del CAC, Nr. 21, Barcelona, 2005.
- Dal-Bianco, Claudia. Eine andere Kommunikation ist möglich, in: Frauensolidarität 2/2013.
- Daniels, George L. Broadcasting and Community Journalism, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Frank, Liz. Alle Menschenrechte für alle! Zum Stand der Lesbenbewegung in Namibia, in: Frauensolidarität 2/2009.
- Garcia Gago, Santiago. Radios libres. Democratizar la comunicación a través de las TLC, in: FES Comunicación, Perspectivas, 6/2013.
- Gurumurthy, Anita. Challenging gender inequalities in the information society, in: Gender and ICTs, in: Gender and Development in brief. Bridge Bulletin. Issue 15. Brighton, 2004.
- Hancock, Allan/Hamelink, Cees J. Many more voices, another world. Looking back at the MacBride Recommendations, in: Vincent, Richard C./Nordenstreng, Kaarle/Traber, Michael (Hg.). Towards equity in global communication. MacBride update. Hampton Press, Cresskill, 1999.
- Hoffmann, Julia. Communication Rights, Democracy & Legitimacy. The European Union. Erlangen, 2009.
- Howley, Kevin. Understanding Community Media. SAGE Publications, Thousand Oaks, 2010.
- Hume, Janice. Community Journalism and community history, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Institute of development studies. Community radio for development. id21 email discussion. Brighton, 2006.
- MacBride, Seán et al. Many voices, one world. Towards a new and more just and more efficient world information and communication order. Kogan Page, London/Unipub, New York/Unesco, Paris, 1980.
- Macharia, Sarah/Morinière, Pamela. Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy. Book 1: Conceptual Issues. WACC, IFJ, 2012.
- Macharia, Sarah/Morinière, Pamela. Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy. Book 2: Practical Resources. WACC, IFJ, 2012.
- Made, Pat. Women in the news. Strengthening the Voice and Visibility of Women in the African Media's Coverage of Elections, Politics and Governance. A Handbook for Women Politicians and the Media. IPS. Craighall, 2008.
- Mendel, Toby. The right to information in Latin America. A comparative legal survey. UNESCO. Quito, 2009.
- Myers, Mary. Radio and Development in Africa. A concept paper. International Development Research Centre of Canada, 2008.
- Ortiz Sabrera, Soledad Amelia. Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Lima, 2002.
- Reader, Bill/ Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Reader, Bill. Community Journalism. A Concept of connectedness, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Rodger Streitmatter. Mightier than the sword. How the news media have shaped American History (2nd ed.). Philadelphia. Westview Press, 2008.
- Sánchez, José Ignacio. La radio comunitaria 1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: Santafé de Bogotá, 1998.

Steiner, Linda. Community Journalism must tackle tough local issues, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (Hg). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.

Tabing, Louie. How to do Community Radio. UNESCO. New Delhi, 2002.

Wicke, Gesa. Namibias starke Frauenstimmen, in: Südwind Magazin, März 2009.

Dokumente, Deklarationen und Berichte

AMARC International. Annual Activity Report 2012. Montréal, 2013.

AMARC-WIN. Gender-Richtlinien für Freie Radios. Montréal, 2008.

Amnesty International. Annual Report 2013. The state of the world's human rights.

Amnesty International. Annual Report 2012. The state of the world's human rights.

Amnesty International. This is what we demand: Justice! Impunity for sexual violence against women in Colombia's armed conflict, London, 2011.

Amnesty International. Listen to their voices and act. Stop the rape and sexual abuse of girls in Nicaragua. London, 2010.

Decision of the 57th Meeting of the IPDC Bureau, 2013.

Sánchez, José Ignacio. La radio comunitaria1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Santafé de Bogotá, 1998.

Friedrich-Ebert-Stiftung, African Media Barometer. The first home grown analysis of the media landscape in Africa. Namibia, 2011. fesmedia Africa. Windhoek, 2011.

GMMP Report. WACC, 2010.

GMMP Report. Quién figura en las noticias? Informe regional America Latina. WACC, 2010.

GMMP Report. Who makes the news? Regional Report Africa. WACC, 2010.

Namibia Ministry of ICT. Broadcasting Policy for the Republic of Namibia. Windhoek, 2008.

Reporter ohne Grenzen. Rangliste der Pressefreiheit, 2013.

Reporter ohne Grenzen. Americas-Press Freedom Index, 2013.

Reporter ohne Grenzen. Africa-Press Freedom Index, 2013.

Reporter ohne Grenzen. Predators of the Press Freedom, 2012.

Reporter ohne Grenzen. Predators of the Press Freedom, 2010.

SADC. Protocol on Gender and Development. Johannesburg, 2008.

South Africa & SADC. OMD Media Facts 2013. Blueprint, 2013.

WACC. Projects 2012. Taking sides. Toronto, 2012.

Women's Initiatives for Gender Justice. Gender Report Card 2011 on the International Criminal Court. Den Haag, 2011.

WSIS Civil Society Plenary. Shaping Information Societies for Human Needs. Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society. Genf, 2003.

Werden, Frida. Women in Radio in North America. 30 Jahre AMARC. Montreal, 2013

Yaros, Laura. Women in AMARC. The early years. 30 Jahre AMARC. Montréal, 2013.

Internetquellen

ALER – Red de migración » <http://redmigracion.aler.org/>

AMARC Africa » <http://africa.amarc.org/index.php?p=home&l=EN>

AMARC International » <http://www2.amarc.org/>

AMARC – América Latina y el Caribe » <http://alc.amarc.org/>

BBC Costa Rica country profile » http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/country_profiles/1166587.stm

BBC News Latin America & Caribbean, Nicaragua profile
» <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-19914143>

BBC News Latin America & Caribbean, Colombia profile
» <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-19390073>

BBC News Africa, Namibia profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-13890725>

BBC News Africa, Tanzania profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-14095831>

BBC News Africa, South Africa profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-14094861>

CANARA – Cámara Nacional de Radio de Costa Rica » <http://www.canara.org>

CRIS Campaign » <http://www.crisinfo.org/>

Ciranda » <http://www.ciranda.net/rubrique58>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Colombia: Impunidad, Autocensura y Conflicto Armado Interno
» <http://www.dhcolombia.info/spip.php?article205>

Deutscher Journalistinnenbund – GMMP Report
 » <http://www.journalistinnen.de/journalistinnenbund/projekte/gmmp.html>

Fischer, Stefan. Bewertung der Pressefreiheit in Namibia verbessert. Namibiana, 2012
 » <http://www.namibiana.de/namibia-information/presse-meldungen/artikel/bewertung-der-pressefreiheit-in-namibia-verbessert.html>

French, Eric: Panorama de Medios en Costa Rica
 » <http://civic.mit.edu/blog/ericfrenchmonge/panorama-de-medios-en-costa-rica>

Gender Links » <http://www.genderlinks.org.za/>

Geschichte der UNESCO. Eine Chronik » <http://www.unesco.de/chronik.html>

Gupta, Niharika. Analysis of MacBride Report, 2012
 » <http://guptaniharika.blogspot.co.at/2012/02/analysis-of-mcbride-report.html>

Hansen-Bundy, Benjy. Sexual violence employed methodically in Colombia's armed conflict, Colombia Reports, 2013 » <http://colombiareports.com/sexual-violence-employed-methodically-in-colombias-armed-conflict/>

Heinrich-Böll-Stiftung, Peking + 10 » http://www.glow-boell.de/de/rubrik_2/5_46.htm

Hervé, Florence. Afrikanische Schwestern, AG Friedensforschung, 2009
 » <http://www.ag-friedensforschung.de/regionen/Namibia/sister.html>

Hofmann, Eberhard. Viele Journalisten in Namibia üben Selbstzensur. Namibiana, 2011
 » <http://www.namibiana.de/namibia-information/presse-meldungen/artikel/viele-journalisten-in-namibia-ueben-selbstzensur.html>

INAMU – Instituto Nacional de las Mujeres. Femicidio » http://www.inamu.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=1518#femicidio

IPU – Women in National Parliaments » <http://www.ipu.org/wmn-e/world.htm>

Janischweski, Charlotte. Kampf für die Pressefreiheit in Namibia. WAN-IFRA, 2012
 » <http://www.wan-ifra.org/de/articles/2012/07/12/kampf-fuer-die-pressefreiheit-in-namibia>

La voz de la radio comunitaria. El Espectador, 2011 » <http://www.elespectador.com/impreso/unchatcon/articulo-266869-voz-de-radio-comunitaria>

Löding, Torge. 35 Jahre für Femizid. Costa Rica ratifiziert wegweisendes Gesetz. AG Friedensforschung. San José, 2007 » <http://www.ag-friedensforschung.de/regionen/Costa-Rica/femizid.html>

Matta, Pia. Radios comunitarias y libertad de expresión. El quinto poder, 2011
 » <http://www.elquintopoder.cl/medios/radios-comunitarias-y-libertad-de-expresion/>

Media Activism in the World Social Forum, 2013 » <http://www.fsm2013.org/en/node/166>

Media Club South Africa, The media in South Africa
 » <http://www.mediaclubsouthafrica.com/themedias/36-themedias/mediabg/110-the-media-in-south-africa>

OFP – Organización Femenina Popular » <http://organizacionfemeninapopular.blogspot.co.at/>

Peace Brigades International. Kolumbien im Spannungsfeld zwischen Profitstreben und Menschenrechten
 » <http://www.peacebrigades.ch/de/projekte-schweiz/speaking-tours/ccalp-und-aheramigua/>

Radio Internacional Femenista » <http://www.fire.or.cr> oder <http://www.radiofeminista.net/>

Reporter ohne Grenzen. Südafrikas Präsident stoppt Geheimnisschutzgesetz – ROG lobt Etappensieg für die Pressefreiheit » <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/meldung-im-detail/artikel/suedafrikas-praesident-stoppt-geheimnisschutzgesetz-rog-lobt-etappensieg-fuer-die-pressefreiheit/>

Sister Namibia in Ongwediva, The free library, 2010 » <http://www.thefreelibrary.com/Sister+Namibia+in+Ongwediva.-a0233322726>

UNESCO IPDC
 » <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/>

UNESCO Press. Director-General denounces murder of Tanzanian Community radio reporter Issa Ngumba
 » http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/director_general_denounces_murder_of_tanzanian_community_radio_reporter_issa_ngumba/#.UjSWkxJ_-k

UNESCO Communication and Information. Women radio broadcasters in Nicaragua speak out against sexism
 » <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/women-radio-broadcasters-in-nicaragua-speak-out-against-sexism/>

UNESCO Condemns Killing of Journalists
 » <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/press-freedom/unesco-condemns-killing-of-journalists/>

UN Women: Beijing and its Follow-up » <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/>

WACC Projects 2012 » <http://www.waccglobal.org/>

Weltsozialforum 2013 » <http://www.fsm2013.org/en>

Wikipedia, Colombia » http://es.wikipedia.org/wiki/Colombia#Medios_de_comunicaci.C3.B3n

WINGS » <http://www.wings.org/>

WSIS – World Summit on the Information Society » <http://www.itu.int/wsib/basic/about.html>

Weiterführende Literatur und Radiosendungen

- Dal-Bianco, Claudia. Medienwerkzeuge in eigener Hand. Massenkommunikation und Frauenrechte, in: Frauensolidarität 2/2012.
- Haidacher, Caroline/Hörtner, Maria. Solidarität globalisieren. Kolumbianische Frauenbasisorganisation OFP im Interview mit Women on Air. <http://noso.at/?p=2576>
- Jenamani, Sarita/Neumayer, Helga. If you can talk, you can sing. Über einige Herausforderungen des entwicklungspolitischen, feministischen Medienschaffens, in: Susemichel, L./Rudigier, S./Horak, G./Eft, M. (Hgs.). Feministische Medien, 2008.
- Neumayer, Helga. Talk, listen, get the ideas. Zwei Frauen der Tanzanian Media Women's Association (TAMWA) im Gespräch mit Women on Air. <http://noso.at/?p=79>
- Neumayer, Helga. Palabra de mujer – Frau am Wort. Studio-Livegespräch mit nicaraguanischen Radiomacherinnen. <http://noso.at/?p=2428>
- Neumayer, Helga. Radio Broadcasting: A Tool for Women's Development. <http://noso.at/?p=1770>
- Neumayer, Helga. Einen Sarg für deine Zunge! <http://noso.at/?p=40>
- Neumayer, Helga. Dem Machismo eins auswischen. Mit Radio und Fußball den Wandel herbeiführen – Ein Interview mit der nicaraguanischen Aktivistin Yamileth Chavarría, in: Frauensolidarität 2/2011.
- Neumayer, Helga. Einen Sarg für deine Zunge! Über die Herausforderungen von Medienaktivitäten in der kolumbianischen Frauenbasisarbeit, in: Frauensolidarität 1/2008.
- Perle, Nela. Radio zur Unterstützung auf dem Weg in den Norden. Zentralamerikanische Community-Medien und Migrantinnenorganisationen planen eine gemeinsame Öffentlichkeitskampagne, in: Frauensolidarität 1/2012.
- Schäfer, Rita. Gemeinsame Interessen vertreten. Frauenorganisationen und Netzwerke in Afrika, in: Frauensolidarität 1/2012.

Interviews

- Lucia Ruiz, Radio Vallekas, ehemalige Vorsitzende AMARC-WIN Europa.
Interview am 16. 11. 2013 über Skype
- Gladness Hemedi Munuo, regionale Begleiterin Gender Links
Interview am 8. 9. 2013 über Skype
- Seidy Salas Viquez, Radiodrama-Trainerin
Interview am 25. 6. 2013 in Wien
- Valerie Msoka, TAMWA Gründungsmitglied und Geschäftsführerin
Interview am 23. 6. 2013 in Wien
- Jamileth Chavarría, Radio Palabra de Mujer
Interview am 17. 9. 2012 in Wien
- Sarah Ganter, Publizistin an der Universität Wien
Interview am 25. 4. 2013 in Wien
- Laura Sasman, Direktorin Sister Namibia
Interview am 11. 1. 2013 über Skype
- Yolanda Becerra, Sandra Gutierrez, OFP
Interview im November 2011 in Wien

Abkürzungsverzeichnis

AI	Amnesty International
AMARC	World Association of Community Radio Broadcasters
AMARC-WIN	AMARC-Women's International Network
AUC	Autodefensas Unidas de Colombia
Canara	Cámara Nacional de Radio Costa Rica
CEDAW	Committee on the Elimination of Discrimination Against Women
CIERRO	Centre Intreafricain d'Etudes en Radio Rurale de Ouagadougou
ELN	Ejército de Liberación Nacional
FARC-EP	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo
FGM	Female genital mutilation
GBV	Gender-based violence
GMMP	Global Media Monitoring Project
IFJ	International Federation of Journalists
ICT	Information and Communication Technology
IPDC	International Programme for the Development of Communication
IPS	Inter-Press Service
IPU	Inter-Parliamentary Union
ITU	International Telecommunication Union
MDGs	Millennium Development Goals
MDIs	Media Development Indicators
MISA	Media Institute of Southern Africa
MISA-TAN	Media Institute of Southern Africa-Tanzania
MCT	Media Council of Tanzania
NBC	National Broadcasting Company
NWICO	New World Information and Communication Order
OFP	Organización Femenina Popular
RCN	Radio Cadena Nacional de Televisión de Colombia
Red MICA	Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativos
RIF	Radio Internacional Femenista
ROG	Reporter ohne Grenzen
SABC	South African Broadcasting Corporation
SADC	Southern African Development Community
TAMWA	Tanzania Media Women's Association
TBC	Tanzania Broadcasting Communication
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICEF	United Nations Children's Fund
WACC	World Alliance for Christian Communication
WFFM	Weltforum für Freie Medien
WINGS	Women's International News Gathering Service
WSF	Weltsozialforum
WSIS	World Summit on the Information Society
WTO	World Trade Organisation

