

## Feministische Medienarbeit: Gender, Massenmedien und alternative Mediennutzung

Jede Nachrichtenmeldung – ob über Konflikte, Katastrophen, Politik, Wirtschaft, Gewalt oder Recht – hat einen Genderaspekt. In der Berichterstattung der Massenmedien hat diese Tatsache allerdings noch keinen Niederschlag gefunden.

Hier setzt **feministische Medienarbeit** an, indem sie Massenmedien kritisch betrachtet und analysiert. Gleichzeitig produziert sie eigene Medien, in denen sie feministische Öffentlichkeiten und Diskurse vermittelt, Geschlechterverhältnisse thematisiert und eine Veränderung gesellschaftlicher Strukturen und Machtverhältnisse einfordert.

Community-Medien sind als Ergänzung zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Medien zu sehen. Sie kommen aus den Bereichen Print, Radio und TV und haben eine **grundlegende Bedeutung für das Vorantreiben von Frauenrechten**. Ein Anliegen von Community-Projekten ist die Bewusstseinsbildung an der Basis. Sie basieren auf partizipativer Beteiligung und tragen zur Verbreitung von Informationen abseits des Mainstream bei.

Das Community-Medium Radio ist ein besonders wichtiges Werkzeug für das **Empowerment von Frauen** – es ist billig und einfach in der Verwendung und ermöglicht auch die Partizipation von Analphabet\_innen. (Empowerment bezeichnet Maßnahmen, die die Autonomie und Selbstbestimmung von Menschen erhöhen sollen und die ihnen ermöglichen, ihre Interessen eigenmächtig und selbstverantwortlich zu vertreten.)

Die Nutzung von Internet und social media trägt ebenso wesentlich zur Verbreitung von genderspezifischen und feministischen Inhalten bei. Zu beachten ist jedoch, dass der Zugang zu Informationstechnologien sehr unterschiedlich ist – Schlagwort **Digital Divide** (globaler Norden versus globaler Süden) – und somit Ungleichheiten aufgrund von Einkommen, Geschlecht, Alter, Bildung, Ethnizität etc. aufrechterhalten werden. Beispielsweise sind 78 % der Websites in Englisch, aber weitaus mehr Menschen sprechen oder lesen nicht in dieser Sprache.

Die **4. Weltfrauenkonferenz in Peking (1995)** gilt als Markstein der internationalen Verankerung von Frauenrechten. Die daraus entstandene Pekinger Aktionsplattform – u.a. mit **Fokus auf „Frauen und Medien“** – formulierte strategische Ziele, die sich an Regierungen, an die Medien selbst sowie an Nichtregierungsorganisationen und die Zivilgesellschaft richten. Aktuell haben auch die SDGs (Sustainable Development Goals – Ziele für Nachhaltige Entwicklung) im Ziel 5 (**Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen** erreichen) den Bereich Medien wieder aufgegriffen.

### Mögliche Fragestellungen:


- Was ist Feministische Medienarbeit? Welche feministischen Medien mit Fokus auf den globalen Süden gibt es?
- Massenmedien: Welche Richtlinien für eine gendersensible Berichterstattung gibt es? Wie können sie umgesetzt werden?
- Community-Medien: Welche Medien fallen in diesen Bereich? Wie grenzen sie sich von Massenmedien ab? Untersuchung am Beispiel einer Frauenzeitschrift aus dem globalen Süden.
- Inter- und transnationale Frauenbewegungen: Wie präsentieren sie sich in social media (Internetblogs, Radio, Videopräsentationen)?
- Empowerment von Frauen durch Radioarbeit: Untersuchung eines Best-Practice-Beispiels aus Lateinamerika.
- Globale Frauenbewegungen: Produktion einer eigenen Radiosendung oder eines eigenen Videobeitrages im Rahmen eines Workshops der Frauen\*solidarität.
- Welche Bilder über Frauen des globalen Südens vermitteln feministische Medien? Untersuchung am Beispiel der Zeitschrift Frauen\*solidarität.
- Social media im globalen Süden: Wer sind die Nutzer\_nnen? Welche geschlechtsspezifischen, sozialen, ethnischen etc. Unterschiede gibt es?

## Literatur zum Thema aus der C3-Bibliothek für Entwicklungspolitik ([www.centrum3.at/bibliothek](http://www.centrum3.at/bibliothek)):

- Kannengießer, Sigrid: Translokale Ermächtigungskommunikation: Medien, Globalisierung, Frauenorganisationen (Wiesbaden: Springer 2014) Signatur: I A 2776
- Heinrich-Böll-Stiftung und Feministisches Institut (Hg.): feminist\_spaces, Frauen im Netz: Diskurse, Communities, Visionen (Berlin: Helmer Verlag 2002) Signatur: I A 1810
- Jallof, Brigitte: Empowerment Radio: Voices building a community (Denmark: Empowerhouse 2012) Signatur: I A 2680
- Frauen\*solidarität (Hrsg.) / Haidacher, Caroline: Bewaffnet mit Kugelschreiber und Mikrofon: Medien als Werkzeug sozialer Entwicklung: Eine Studie (Wien 2014) Signatur: II A 2714
- Frauen\*solidarität (Hrsg.): Medien in Frauenhand (=Frauen\*solidarität 133, 3/2015) erhältlich als Gratis-Probeheft ([office@frauensolidaritaet.org](mailto:office@frauensolidaritaet.org))

Für mehr Literatur und Beratung komm in die C3-Bibliothek für Entwicklungspolitik ([www.centrum3.at/bibliothek](http://www.centrum3.at/bibliothek))

## Linktipps:

-  **C3SEARCH+** DIE Suchmaschine für Internationale Entwicklung und Frauen\*Gender:  
<http://oefse.summon.serialssolutions.com>
- Gender Equality in Radio: <http://visual.ly/gender-equality-radio>
- Global Media Monitoring Project: <https://www.journalistinnen.de/projekte/gmmp/s>